



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ROL DEL LOCUTOR: EXPERIENCIA EN LA RADIO PRIVADA Y EL
EJÉRCITO DEL PERÚ**

PRESENTADO POR
JOHNNY ESPINOZA PORTILLA

ASESOR
LUIS ENRIQUE ELÍAS VILLANUEVA

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ROL DEL LOCUTOR: EXPERIENCIA EN LA RADIO PRIVADA Y EL
EJÉRCITO DEL PERÚ**

**Trabajo de Suficiencia Profesional
Para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Presentado por:
JOHNNY ESPINOZA PORTILLA**

**LIMA - PERÚ
2020**

DEDICATORIA

Al ser maravilloso que me dio la vida, mi
madrecita Alejandra, a mi padre Jorge, mi primer
héroe; a mi esposa Rosa María, a mis hijos Adán,
Katherine y Melissa; y a mis 5 hermanos.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, maestros, a mi asesor y a los profesionales de la información con los que trabajé.

ÍNDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPÍTULO I.....	9
MARCO TEÓRICO	9
1.1. El Locutor	9
1.1.1. La voz.....	11
1.1.2. Cualidades de la voz	13
1.2. Clases de locutor.	16
1.3. Locutor profesional de la comunicación.	18
1.3.1. Requisitos y Elementos claves del locutor.	23
1.4. Locutor institucional o Maestro de Ceremonias	25
1.4.1. El libreto o guion.....	27
CAPÍTULO II.....	29
DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	29
2.1. Locutor en Radio El Sol (1985 - 2001)	29
2.1.1. Radio El Sol	29
2.1.2. Ingreso como locutor a Radio El Sol	30
2.1.3. Conductor de programas en la radio	31
2.2. Locutor del Ejército del Perú (1990 - 2020).....	36
2.2.1. Oficina de Información del Ejército.....	36
2.2.2. Ingreso como locutor a la OIE	37
2.2.3. Locutor de spots y programas del Ejército	37
2.2.4. Maestro de ceremonias del Ejército	52
2.2.5. Docencia en producción de radio.....	54
Capítulo III: Conclusiones.....	55
FUENTES DE INFORMACIÓN	58
ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Figura 1. Memorándum de gerencia sobre nuevo noticiero.....	30
Figura 2. Entrevista a cantante mexicano Lorenzo Antonio. 1987.....	34
Figura 3. En la cabina de sonido como disc jockey	35
Figura 4. Grabación empleando consola Autogram y grabadora Tascam..	39
Figura 5. Tecnología de sonido que facilita el trabajo	43
Figura 6. Microinformativo El Soldado	44
Figura 7. Video Revista del Ejército del Perú	45
Figura 8. En Radio María con el capellán del Ejército	46
Figura 9. Programa Tv Ejército en Acción	46
Figura 10. Programa Tv Amemos lo Nuestro	47
Figura 11. Spot Bolognesi 200 años de Honor y Gloria.....	48
Figura 12. Corto El Valor de ser Soldado	48
Figura 13. Spot por el Día del Padre	49
Figura 14. Microinformativo Ejército Semanal	49
Figura 15. Micronoticiero Edición Especial	50
Figura 16. Intro y cierre de Especiales	51
Figura 17. Feliz día del Empleado Civil del Ejército.....	51
Figura 18. En ceremonia a pase de retiro.....	52
Figura 19. En ceremonia de izamiento del pabellón nacional.....	53
Figura 20. Relatando en desfile de fiestas patrias en la avenida Brasil.....	54
Figura 21. Con alumnos XXIX Curso Básico de Operaciones Sicológicas.	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Labor reporteril en el Ejército.....	62
Anexo 2. Maestro de ceremonias en Colegio Militar Leoncio Prado.	62
Anexo 3. Entrevista a ministro de Defensa 2009.....	63
Anexo 4. Certificado de trabajo en Radio El Sol.....	63
Anexo 5. Ranking y nivel de audiencia de noticieros radiales AM y FM.	64
Anexo 6. Publicación con nombres de noticiero y de locutores.....	65
Anexo 7. Distribución fechas 2018 programa A la Orden mi Señor.....	66
Anexo 8. Inauguración olimpiadas por el día del Servicio de Intendencia. .	66
Anexo 9. Homenaje a víctimas de la pacificación. Obelisco de San Borja. .	67
Anexo 10. Ceremonia por Día del Ejército.....	67
Anexo 11. Aniversario del Servicio de Material de Guerra.	68
Anexo 12. Homenaje a la Patrona de las Armas del Perú.....	68
Anexo 13. Diploma por 25 años de labor ininterrumpida en el Ejército.	69
Anexo 14. Patente del ministerio de Transportes y Comunicaciones.....	69
Anexo 15. Libreto reconocimiento a Jefe Supremo de las FFAA.	70
Anexo 16. Carta de Radio Cantogrande con pauta publicitaria.	71
Anexo 17. Carta de Radio Comas con la pauta publicitaria para spots.	72
Anexo 18. Editorial para edición nº 500 de la revista Actualidad Militar.	73
Anexo 19. Tapa de la edición nº 500 de la revista Actualidad Militar.....	74

INTRODUCCIÓN

El locutor ha cumplido un papel importante en el desarrollo histórico, no solo en la radio y la televisión, sino, sobre todo, con la sociedad. A través del tiempo, se ha caracterizado por ser la voz autorizada y calificada para transmitir al público, información y cultura. Su pericia, conocimientos y amplia visión como comunicador social, le han permitido adaptarse a los cambios y exigencias del mundo globalizado, desarrollando un trabajo efectivo y eficiente, en las más diversas entidades y organizaciones.

Precisamente, en la presente monografía, comparto, de manera cronológica, mi rol de locutor, (comunicador social egresado de las aulas universitarias sanmartinianas), y su relevancia en el desarrollo comunicacional en dos entidades disímiles en su organización: radio El Sol de Lima y la Oficina de Información del Ejército (OIE).

Luego de exponer conceptos, que considero necesarios para el desempeño funcional de todo locutor, me permito hacer una compaginación de las funciones y programas realizados como locutor para la radio privada, y describo los productos y grabaciones, así como las transmisiones radiales como voz representativa de los spots y maestro de ceremonias del Ejército del Perú.

No podía dejar de mencionar, algunos hechos memorables y situaciones a los cuales estamos expuestos dentro de la carrera, y que se dieron durante los 80 y 90, épocas del terrorismo y del conflicto fronterizo con Ecuador.

En resumen, subrayo el papel y profesionalismo del comunicador social y su protagonismo en la locución, actividad que continúa siendo importante, en la constante preocupación por cumplir los objetivos de informar y educar, y del otro extremo de coadyuvar a la seguridad y la defensa nacional, es decir toda una experiencia de vida, que nos ha dado la oportunidad de cómo afrontar, desde nuestra óptica periodística, hechos de tanta trascendencia para el país.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

El dominio de la expresión oral y su perfección técnica, son esenciales para el óptimo desarrollo de muchos profesionales como cantantes, actores, profesores, así como del comunicador social que ejerce la locución. El locutor, con sus cualidades y un entrenamiento adecuado, tiene la capacidad de emitir un mensaje bien pronunciado, a través de la radio, la televisión, el internet, el cine o como conductor de un evento, entre otros medios.

El locutor, es uno de los mejores exponentes del adecuado manejo de la voz y es sumamente cuidadoso en el lenguaje a utilizar, su expresión oral es indispensable para desenvolverse de una forma clara y coherente en su desempeño profesional. Este y otros factores, pueden considerarse de suma valoración para mejorar sus capacidades; reconociendo su voz como su herramienta de trabajo y un recurso invaluable, que se enriquece, junto a su talento y virtudes.

1.1. El Locutor

La locución es el arte de hablar bien, es una actividad que nos permite transmitir ideas a un auditorio en un determinado contexto social; en tanto el locutor, es el profesional que tiene dominio de las cualidades de la voz, la que, a su vez, es parte importante de su labor y el medio con el cual ejerce su actividad. Según la Real Academia de la Lengua Española: La palabra locución proviene del latín *locūtiō* que significa acto o modo de hablar; en tanto, la palabra locutor la

define como la persona que tiene por oficio hablar por radio o televisión para dar noticias, presentar programas, etc.

Un locutor, es un profesional que además de poseer capacidades, es escrupuloso en la expresividad oral; enseña y educa, nos ofrece su mensaje con absoluta claridad y énfasis, cumpliendo estrictamente su función con ritmo, pausa y envidiable dicción, además es un permanente estudioso de la cultura general, esto coincide con lo que argumenta Torres (2009) con el que estamos de acuerdo que el locutor posee cualidades como amplios conocimientos, dominio del lenguaje y perfecta dicción, entre otros recursos, que le permiten expresarse con un estilo personal de comunicación. Sobre locutor y su cualidad sonora, algunos autores han tenido a bien calificarlo como señala Saíz (2005): “la voz es una espiración sonorizada que crea una sensación en quien la escucha” (p. 45).

El ejercicio de la locución, prioriza la fusión del talento o cualidad que se posee, con lo práctico y lo académico, sin desvirtuar en absoluto lo más sublime que es el alma con que el locutor desprende su vibrante voz. De la suma de todo ello dependerá la eficacia de llegar al objetivo del profesional del micrófono: expresar un mensaje a través de una palabra bien dicha, la misma que conseguirá con una práctica permanente y responsable, aspectos que concuerdan con Díaz (2014) quien enfatiza que el profesional de la voz logrará su objetivo a base de un entrenamiento permanente, y el dinamismo que se requiere para transmitir los mensajes.

La herramienta principal de un locutor es su voz, aquel acento y lenguaje que no irrita y más bien endulza, que se asimila, cual bella melodía al oído y se desliza como un suspiro a través de los micrófonos. Un locutor tiene la facultad

para hacer útil su voz y crear un estilo que cautive y conquiste; para darle cadencia y ritmo; el locutor no necesita mostrar su rostro para identificarse, sin embargo, es capaz de poner su marca de exclusividad a una emisora o canal de televisión y ser el sello personal de algún producto o servicio; este es solo uno de los objetivos que se logran con los conocimientos más esenciales del dominio de la voz, como señala Galicia (2016): "...la técnica de la voz implica un conocimiento de los fundamentos de la fonación para dar vida y explotar las infinitas expresiones o personajes que se precisan encarnar". (p. 4).

En el ejercicio de la locución la voz es fundamental y para desarrollarla se precisa de una capacitación inicial y constante práctica, que garantice el uso adecuado de técnicas, recursos, así como el conocimiento y de los fundamentos de la fonación para reproducir adecuadamente las expresiones.

1.1.1. La voz

La voz, es una de las más importantes características que posee el ser humano; la sentimos desde que nacemos, aunque, no todos conocemos, en su verdadera dimensión, su capacidad, sus cualidades y su poder, como es el caso particular de muchos profesionales, que la utilizan como su más valioso recurso y con el cual consiguen mayor expresividad en sus actividades, es considerada una herramienta imprescindible para el trabajo que desarrollan el actor, cantante o locutor, este último, materia de esta monografía. Antes de Cristo, ya era tema de interés la voz humana, principalmente referida a la oratoria.

Según Fernández (2006) citando a Platón (400 años ac):

La voz fue definida por Platón (427-347 a.C.), como un “impacto del aire que llega por los oídos al alma”. La voz es el sustrato en el que se apoya el método de comunicación habitual del ser humano, con el que se transmite la cultura, con el que se expresan los sentimientos y las emociones. (p.75).

La voz humana, es el medio a través del cual se transmite la palabra y nuestro pensamiento. Si bien la voz es el resultado de un proceso complejo, es, a su vez, un sistema dinámico y el elemento de mayor poder expresivo que poseemos. Esta herramienta, exclusiva del ser humano, también tiene la particularidad de evidenciar su estado de ánimo y personalidad o como señala Scivetti (2007): “la voz, es un instrumento de comunicación por excelencia”. (p. 1).

La voz es el sonido del cuerpo, el instrumento que cobra vida y tiene la capacidad de tocar las fibras más sensibles para entablar un diálogo con la mente. Está ligada al sentimiento humano transmitiendo incluso emociones. Dependiendo del contexto en que se exhiba, la voz, es sinónimo de confianza y credibilidad y tiene la facultad de mostrar nuestras propias emociones, así también lo considera Dosal (2014) que dice “La voz no solo es un instrumento que transmite mensajes orales, sino que a través de sus características muestra el estado emocional de una persona”. (p. 03).

La voz tiene vida y expresa nuestro pensamiento; dentro del proceso comunicativo pone de manifiesto cada sensación que queremos traducir a través de cada una de nuestras palabras, es nuestra huella e imagen que se proyecta y exhibe con la expresión oral. Al respecto Forero (2013) afirma: “La voz humana, es la representación de un ser, de su pensar y sentir, es su sello distintivo, es una

herramienta vital en el proceso de comunicación con otros seres, por medio de ella nos relacionamos, expresamos sentimientos y conocimientos...” (p. 51).

Asimismo, la voz se convierte en una herramienta de gran valor técnico; y es tal la fuerza y su impacto, como ingrediente audible, que es inevitable dejar de reconocer su real importancia en las producciones audiovisuales, como lo señala Rodero (2008), al afirmar: “Existe un claro predominio de la cultura audiovisual, pero no debemos olvidar que el lenguaje de los medios audiovisuales, por su característica de multisensorial, es además de visual, sonoro”. (p. 101).

En síntesis, la voz es el factor de personalidad más importante del hombre, a través de ella podemos observar sentimientos no expresados en la palabra.

1.1.2. Cualidades de la voz

El dominio profesional de la voz, es fundamental en el ejercicio de la locución. Dentro del espectro radial o televisivo, adquiere mayor importancia para el desarrollo y difusión del contenido que se va a transmitir. Para cumplir con este objetivo, requiere de un profesional calificado para que el mensaje sea realmente efectivo, en tanto los elementos que domine, siempre serán clave para su éxito. El dominio de la voz está supeditado a la administración de sus cualidades, al respecto señala Bustos (2012): “El ejercicio de cualquier profesión requiere el dominio de habilidades y conocimientos específicos para desarrollarla de manera óptima y eficaz”. (p. 15).

a. Intensidad o volumen de la voz

Es la potencia empleada para emitir los sonidos que perciben los oídos. Varía desde un sonido débil suave o bajo, hasta un sonido fuerte o alto y está relacionado directamente con la cantidad de aire que se expulsa al hablar. El mayor grado de intensidad constituye el acento, es decir la sílaba tónica es la que se pronuncia con mayor intensidad al respecto señala Rojas (2011): “La intensidad equivale al volumen (fuerte/débil). La unidad de medida es el decibelio (dB)”. (p. 32).

Asimismo, la intensidad de la voz, dependiendo de su emisión, también podría proporcionarnos alguna información del emisor o indicarnos algún tipo de sentimiento, como coincidentemente opina Perona (2009) quien resalta su capacidad para expresar emociones y para representar un estado de ánimo.

b. Timbre de la voz

Es el matiz de la voz humana, el sonido peculiar y característico de cada fuente de sonido; lo que nos hace distinguir a una persona por su voz, además es nuestro sello personal, es la huella que nos identifica y nos diferencia, le da exclusividad a cada individuo. Tu voz, no suena igual a mi voz. Para muchos en esta cualidad, está inmersa la personalidad de quien se representa y es la carta de presentación con la que se le reconoce.

Al respecto:

La mayor parte de las personas puede ser reconocida por su voz. El rasgo que hace posible ese reconocimiento tiene origen en cada aparato fonador. La densidad y la dureza de algunos materiales, la flexibilidad de otros, el

tamaño y la forma de las cavidades y la articulación dinámica del conjunto, dan lugar a un determinado timbre o color de voz. (Guevara, 2006: 24).

c. Tono de la voz

El tono depende del vibrar de las cuerdas vocales. Se puede distinguir entre tono grave, medio o agudo. Se varía el tono de acuerdo a la intención de la comunicación dentro de los matices que su registro le permite.

El aparato fonador, se divide en: vibrador, fuelle y resonadores. El vibrador está constituido por la laringe que tiene en su interior a los pliegues vocales (cuerdas vocales), cuando estos vibran por acción del aire que espiramos se produce el tono de la voz. Precisamente de la cantidad de vibraciones de las cuerdas vocales dependerá la percepción de un tono grave, medio y agudo; explicación desde un punto de vista fisiológico, que coincide con la opinión de Escalante (1986), quien confirma que en tanto más vibren las cuerdas vocales, más agudo será el sonido de la voz, como se percibe en el caso de mujeres y niños.

d. Ritmo de la voz

Está dado por el número de palabras por emisión de voz. Precisamente los cambios de tonos producen el ritmo, si el tono es invariable el mensaje se hace monótono. El ritmo da la sensación de dinamismo. Un ritmo lento cansa y un ritmo ágil otorga vivacidad al mensaje, al respecto señala Rojas (2011): “El ritmo conduce a la grata y armoniosa combinación y sucesos de voces, pausas, cortes del lenguaje, tanto de la poesía como el de la prosa”. (p. 30).

Será muy útil y necesario observar nuestra atención al cuidado que merecen cada una de las cualidades o características de la voz, y darle el valor real como los eslabones que, unidos, conforman un instrumento tan importante para la expresión oral que puede determinar la imagen que se proyecta al exterior.

En tal sentido se precisa que:

Las cualidades vocales acústicas resultan tan decisivas en las relaciones sociales y públicas que condicionan en gran medida lo que los demás piensan de nosotros. Esas cualidades acústicas no son otras que el timbre, el tono, la intensidad y la duración. (Rodero, 2001: 1).

1.2. Clases de locutor.

El desarrollo de la tecnología audiovisual, ha abierto nuevos horizontes que requieren el concurso de un profesional de la voz especializado. Desde las más grandes empresas hasta las pequeñas productoras, dedicadas al mercado de la producción en este rubro, solicitan locutores cuyas características se ajusten a sus necesidades para garantizar que el trabajo final sea el deseado.

La oferta profesional para los locutores especializados es un hecho innegable, que exige ciertas capacidades y condiciones de este recurso humano. Obedeciendo a este requerimiento la labor de un locutor ha devenido en una necesaria especialización, es decir pasar por un proceso de reeducación oral donde se adquiera el aprendizaje de técnicas que le permita adaptarse a un tipo de locución exclusiva, manteniendo siempre el concepto de que la palabra

hablada comunica ideas y emociones, y es un proceso que puede generar cambios de sensaciones y sentimientos en el oyente.

Al respecto y reconociendo el crecimiento productivo y especializado de esta profesión, se señalan ocho clases de locutor:

a. Locutor institucional

Es la voz que identifica a una institución, grupo o entidad estatal o privada, así como la frecuencia y nombre de una emisora de radio y eslogan.

b. Locutor animación

Aquí el locutor da vida y color a un programa; tiene agilidad mental, fluidez, sentido del humor y maneja las situaciones con naturalidad. Por el trato directo con el público, tiene especial cuidado en el manejo de las diferentes circunstancias.

c. Locutor de noticias

Relata la noticia con rapidez y ritmo, vocalización y dicción. Su entonación da veracidad a la información. Y se convierte en moderador en paneles de discusión, escribe o edita sus propios libretos.

d. Locutor narrador

Interviene en radio-teatro, describiendo con su voz las situaciones que relata, también interpreta emociones para transmitir las a los oyentes. Es hábil en la narración deportiva reteniendo los nombres de los participantes.

e. Locutor actor

Domina la actuación, encarnando personajes en la radio, donde su voz es fundamental. Es un artista vive con intensidad sus papeles.

f. Locutor comentarista

Es imparcial, de criterio analítico y prudente al momento de atacar o defender intereses creados. Son responsables, de honestidad intachable y objetos.

g. Locutor comercial

Posee voz e interpretación vendedora y convincente, y crea inquietudes. De entonación persuasiva e invita a la persona a la compra que ofrece.

h. Locutor lanza discos

Posee amplio conocimiento discográfico. Conoce la trayectoria de intérpretes, compositores, sellos disqueros y arreglistas. Es orientador del oyente en materia musical. (Chávez, 2013: 35, 36, 37).

1.3. Locutor profesional de la comunicación.

En la radio y en la televisión local, la actividad de locución la ejerce normalmente un periodista o comunicador de procedencia universitaria, en este contexto, el locutor, no se limita a narrar noticias, pues en cualquier momento puede pasar a ser un entrevistador y ello le exige investigación y tener capacidad de ciertos conocimientos, además de poseer una amplia cultura general.

Considerar, además, el adecuado manejo del lenguaje como una de sus principales herramientas de trabajo.

En ese sentido se manifiesta que:

Esta preparación de nuestra voz para afrontar tareas profesionales es imprescindible si partimos de la idea de que nuestra misión es transmitir ideas y que nuestro objetivo no se verá cumplido si no somos capaces de que esas ideas lleguen a los receptores en las mejores condiciones posibles. (Díaz, 2014: 133).

Por otro lado, en diversas emisoras del medio, trabajan locutores empíricos, quienes, por su escasa o nula preparación académica, incurren en infinidad de errores en su locución, en el manejo del lenguaje, dicción y en aspectos relacionados a la cultura de su país, entre otros; es decir, sin certificación académica. Un buen comunicador, no puede ni debe prescindir de una formación previa que lo respalde, como señala Galicia (2016): “Hoy en día la locución es considerada por muchos como un oficio no como una profesión y la diferencia está en que el oficio lo hace la práctica y la profesión es una conjunción entre teoría y práctica”. (p. 4).

Por ello, es importante revalorar el rol y desempeño del comunicador social que ejerce la locución y que sí cuenta con las condiciones idóneas para cubrir las necesidades y requerimientos laborales en el área de su competencia, sea en el medio en que se desempeñe; en una sola palabra que exhiba su profesionalismo.

Al respecto se puntualiza que:

Para comunicar con brillantez y eufonía es un imperativo de necesidad, que el profesional del medio, ahonde en las técnicas de voz para locutar las

informaciones y no solo se limite a leerlas, como ocurre con harta frecuencia, porque de esta manera, se le dificulta al receptor el entendimiento y el disfrute de tales mensajes. (González, 2011: 1).

Existen centros que ofrecen enseñanza técnica en locución, mediante talleres y cursos, sin contar con los estándares mínimos de enseñanza, de allí el incremento de la informalidad de este mercado evidenciado en el bajo nivel de sus alumnos. Son solo algunas las universidades que, dentro de su carrera afín de Ciencias de la Comunicación, brindan capacitación al estudiante, la cual es avalada con el posterior grado académico universitario, argumento que coincide con Díaz (2014) que “la educación de la voz debería ser considerada una asignatura principal en los futuros profesionales de la radio y televisión, y un aspecto que deben replantear los directores de medios, que ceden sus programas a personas sin formación vocal” (p.133).

Para conseguir la condición de locutor (a) profesional, cuya voz tenga la capacidad de comunicar para informar libre de subjetividad, y la calidad para influir y persuadir, que atrape nuestra atención; y que su expresión sea el vehículo ideal del mensaje, es necesario el aprendizaje. Si locutamos un mensaje comercial, muy bien redactado, con una sonrisa en los labios, nuestra voz fluirá más simpática, más cercana y podrá impresionar y ser valorada. El locutor, en su rol de comunicador social, es expresión y fundamento para educar, para formar y ser guía de una sociedad ávida de aprender lo que necesita...una voz que informe y transmita un texto con absoluta pulcritud y dicción perfecta, capaz de ser portavoz de cultura.

El locutor se debe ceñir a los principios que norman su función de comunicador, para estar en condiciones de corresponder a su público, para llevar un mensaje efectivo y eficaz, que cumpla con la intención de plasmar con la voz y caracterizar la idea inicial; no debe haber otra intencionalidad más que la objetividad y veracidad en el relato de los hechos.

Al propósito, el criterio práctico que todo locutor debe tener en cuenta al momento de entrar al aire o grabar un audio, siempre será darle el tono adecuado a cada texto o guion, que, unido al timbre e inflexión de su voz, podrá obtener el resultado que busca, sobre todo en los contextos o ambientes que se quiera dar a conocer, por más complejos que parezcan; esta afirmación, coincide con lo que expresan Holguín y Salcedo (2019): “Cambiar el tono y el volumen de la voz para crear misterio y llamar la atención sobre algo o insinuar la actitud de algún personaje” (p.41).

El ejercicio de la locución, demanda del comunicador una práctica permanente y cuidadosa, cuyo resultado quede plasmado en la buena imagen que proyectemos en una presentación, sea protocolar en los actos públicos, o a través de los micrófonos en el cada vez más competente mundo de la radio, sobre todo con mucha disciplina y constancia para educar, para informar, opinión que comparte y señala Roderó (2008): “El lenguaje oral se convierte así en nuestra principal vía de transmisión de conocimientos, pensamientos y sensaciones”. (p.101).

Para hacer locución se requiere de inventiva para propiciar en los radioescuchas el contexto o idea de lo que pretendemos lograr, así como apunta

Valls (1992) quien dice: “a través del lenguaje de la radio podemos recrear en la mente del receptor cualquier situación” (p.68).

Es tal la importancia de la locución en un spot, que, dependiendo de la voz y estilo, esta refleja la personalidad de una marca. El locutor debe saber modular y cambiar la inflexión de su voz de manera adecuada, para transmitir algo especial, incluso en momentos de angustia. Al respecto expresa Rodero (2007): “La locución posee una estrecha correspondencia con las sensaciones que un determinado locutor desea expresar en un mensaje. Y esto se pone de manifiesto especialmente en momentos de crisis” (p.530).

El locutor, como comunicador social, requiere tener una base académica sólida, necesita estar permanentemente informado, para enfrentar los retos y desafíos que se le presenten. Bajo este concepto, se resume que la educación y el conocimiento adquiridos, respaldan uno de los fundamentos de todo comunicador social; para poner énfasis de la manera como cumple su rol de servicio a la sociedad y en su permanente e incansable proyección cultural y educativa; que no encuentre límites en su formación, para que el mejor complemento de ella sea la investigación y la crítica, opinión que también comparte Verdún (2015) respecto a que el egresado, debe estar preparado para desarrollarse como redactor y conductor de programas en radio y televisión, entre otras actividades relacionadas a la profesión.

En un medio como el nuestro, se necesita promover una mejor formación del futuro profesional del micrófono; priorizar, entre otros aspectos, la adecuada utilización de su voz, que es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de su carrera y llegar al objetivo que es comunicar bien, es decir que aproveche al

máximo su formación académica, poniendo sobre todo esfuerzo y voluntad. Se podría pensar, como lo señalan ciertos autores, que hay un déficit dentro de la enseñanza de esta especialidad.

Para el locutor, el uso adecuado de su voz, mejora sus habilidades para hablar con los públicos y lo reconoce como el componente humano más expresivo, porque tiene la particularidad de atrapar y cautivar al receptor.

Es por ello que:

La voz es la esencia de la radio, algunos autores la han definido como su columna vertebral, su materia prima. Como principal modo de comunicación del ser humano, la voz también se convierte en la herramienta de trabajo de los medios audiovisuales, y en especial del medio radiofónico por su constitución puramente sonora. Como eje principal que estructura el medio, la voz es además el elemento de mayor poder expresivo, capaz de transmitir información sobre el emisor, sobre su estado de ánimo, su personalidad e incluso su postura. Y esta habilidad no está solo en el contenido de las palabras sino en la propia sustancia sonora de la voz. (Olatz, 2014: 4).

Según Alvarez (2012), citando a Ajón (2008): “la tarea del locutor es informar, convocar, educar, conmover, favorecer la apropiación consciente del idioma que le ponga a su oyente, junto con los libros humildes y sublimes” (p. 17).

1.3.1. Requisitos y Elementos claves del locutor.

Para que el locutor de hoy responda a las exigencias del mercado, requiere cumplir ciertos requisitos y capacidades vinculados a la profesión, para estar en condiciones de realizar un proyecto publicitario (spot, vídeo corporativo o

promocional), formativo (audiolibro, audioguía), informativo (documental, reportaje) o de entretenimiento (película, serie, cuento). El uso adecuado del lenguaje, conocimientos y poseer una amplia cultura general, tener temple y dominar el abecé de las cualidades de la voz, son algunas de estas condiciones.

Al respecto se propone los siguientes requisitos para el locutor:

a) Dominar bien el idioma. El locutor debe ser un maestro en el buen decir. Sus oyentes lo tomarán como un ejemplo.

b) Conocer el tema. El locutor debe leer o improvisar, lo peor que le puede suceder a un locutor es no saber de qué habla. Conocer el tema del que se está tratando ayudará mucho a cumplir otros requisitos.

c) Tener seguridad. El locutor que no está sereno y no tiene confianza en sí mismo ni en su micrófono, no puede tener seguridad en lo que dice. Por ende, no puede esperar que le crea el oyente.

d) Vocalizar bien. Sonar con todo su valor cada una de las letras del alfabeto. Abrir bien la boca en las articulaciones de los sonidos y silencios.

e) Respirar correctamente. Todos respiramos, pero pocos sabemos respiraren forma correcta. Para quienes trabajamos con la voz, ésta es una herramienta incomparable a la que debemos educar, ayudar y mantener con una buena respiración.

f) Modular la voz. Modular (del latín *modulare*) quiere decir “variar de modos en el habla o en el canto; dando, con afinación, facilidad y suavidad, los tonos correspondientes”. (Escalante, 1986: 148, 149).

El locutor, no descuida en lo más mínimo la técnica que ha cultivado en su voz y pone rigurosa práctica basada en una buena vocalización, articulación, y respiración, elementos clave y la combinación perfecta para fabricar su arte en cualquier medio, para seducir con la magia de su voz a su auditorio.

1.4. Locutor institucional o Maestro de Ceremonias

Todo acto institucional requiere de ciertas formalidades en su organización y desarrollo, para otorgarle la solemnidad necesita de una voz, con presencia y personalidad, de impecable dicción, cualidades muy bien marcadas del maestro de ceremonias; quien da el sentido más convincente a cada palabra y frase, sabe adaptar su particular timbre y la fuerza vocal en el escenario para generar, en su auditorio, la respuesta que desea, es el conductor formal de un acto, al respecto señala Escalante (1986): “El locutor maestro de ceremonias, es el encargado de presentar y conducir ceremonias o actos serios de especial importancia, lo cual le diferencia esencialmente del locutor animador”. (p. 205).

Al maestro de ceremonias se le reconoce muchos atributos, que van desde una prolija atención a su lenguaje, saludo cortés y respetuoso al auditorio, hasta la capacidad de improvisación, manteniendo el comportamiento a la altura de las circunstancias; por más error que se pueda presentar en el desarrollo de un acto protocolar, cualquiera sea el escenario, el maestro de ceremonias cumple más de un rol, sin dejar de ser la figura protagónica que dirige el evento.

Al respecto:

Ser Maestro de Ceremonias es ejercer un liderazgo sobre el contenido de un ceremonial. El origen es el protagonista y el destinatario el participante. En medio de ambos se tiende el puente, que es el maestro de ceremonias, mucho más que un locutor, más que un maestro. Un comunicador que va enlazando las temáticas y quien da sentido de unidad a la diversidad de ideas que se exponen, sin ser protagonista. (Viladegut, 2008: 58).

Antes de su aparición, el maestro de ceremonias, coordina y supervisa cada detalle de la secuencia y vocativo, para mencionar a las principales personalidades e invitados de honor; observa que no exista motivo alguno para detener el ceremonial; es decir se convierte en el artífice del éxito, dependiendo, claro está, que todas las demás condiciones previas se cumplan.

Todo acto castrense está fundamentado en sus normas y tradiciones, directivas y reglamentos, a las cuales se deben ceñir, por eso es importante, la responsabilidad del maestro de ceremonias para seguir la pauta de su libreto desde antes del inicio. Es el gran director de un ceremonial, donde no espacio para el mínimo error.

Al respecto:

Toda ceremonia o acto público es producto de uno o más promotores, pero la dirección está a cargo del orador llamado Maestro de Ceremonias, persona encargada de conducir la actividad protocolar y de poner en contacto a los participantes con el público. (Rojas, 2011: 183).

1.4.1. El libreto o guion.

Parte de la planificación de un producto audiovisual es el libreto, guion o pauta, un instrumento valioso y de importancia para el locutor. El libreto en las manos del locutor se convierte en el instrumento por excelencia que contiene el argumento, el texto comercial, la noticia o la presentación que ha de pronunciar en su cabina o delante de un podio.

En este documento se plasma a detalle lo que se debe decir, con pausas y con silencios, y todo lo que sea indispensable para que llegue con efectividad el mensaje. El proceso previo a la elaboración de un buen producto de audio, está supeditado a la realización del guion a presentar; este material debe contener todos los pormenores que se requieren en el instante del desarrollo; es decir música, efectos sonoros, el recurso humano, conformado por el locutor y el técnico de sonido, etc. es decir cada detalle para la producción, en coincidencia a lo que afirma Rojas (2011), que el guion nos ofrece detalles para planificar un espacio radial y tener a mano el material necesario para su producción.

Muchas veces la mejor narración es la que proviene de su mismo autor, es aquella locución perfecta que contextualiza al oyente; ello confirma que el comunicador social que cumple simultáneamente la función de redactor y locutor, tiene la capacidad de interpretar lo escrito y puede dar el sentido que desea y el sentimiento que requiere la idea original de su nota, guion o libreto, coincidiendo con González (2011), que esta fusión redactor - locutor propicia que el mensajes llegue con naturalidad y se haga más perceptible cuando lo ejecuta la misma persona que redacta.

El locutor proyecta hacia el público su personalidad y aplomo, su correcta dicción y buena entonación; pero para desarrollar su labor con total confianza y conocimiento, precisa de una voz educada y del documento bien escrito que es guía para su desenvolvimiento ante los micrófonos. Muchos son los tipos de voces, por su timbre o color y tono, por su cadencia y ritmo, sin embargo, de su capacidad y dominio en la construcción de un guion, dependerá las posibilidades de brillar ante un auditorio.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

El locutor, como profesional de la comunicación, cumple un rol trascendente en cualquier medio, privado o estatal, gracias a su capacidad y conocimientos. A lo largo de la historia, ha tenido un papel importante y de compromiso con la sociedad, ya que informa, educa y mantiene la cualidad de identificar con su voz, un medio de comunicación, una institución o un producto. Entendiendo esta invaluable característica del comunicador de la radiofonía, es que pongo a disposición estas páginas, que sintetizan 30 años como locutor en una emisora limeña de prestigio y una institución militar con historia.

2.1. Locutor en Radio El Sol (1985 - 2001)

2.1.1. Radio El Sol

Radio El Sol, apareció en 1950, con su razón social Promotora Siglo XX, perteneciendo al grupo El Comercio. Ocupó el dial 900 khz en AM y los 5970 Mhz en onda corta, que le permitió llevar su señal más allá de nuestras fronteras. En sus más de 50 años de actividad, bajo su slogan “Música, deporte, noticias”, contó con un staff de reconocidos locutores y sintonizados programas como Ovación, con sus transmisiones de competencias deportivas nacionales e internacionales; folklóricos (Sol en los Andes) y El Sol en la Noticia (4 ediciones diarias), con el apoyo del diario decano de la prensa nacional. Esta radioemisora, dejó de salir al aire el 2004 para dar espacio a K Buena (desaparecida), y luego a Radio Felicidad.

2.1.2. Ingreso como locutor a Radio El Sol

Ingresé como relator de noticias a Radio El Sol, el 15 de junio de 1985, siendo aun estudiante universitario del VI ciclo, hasta el año 2001. Luego de una prueba de narración de textos informativos, fui convocado por la gerencia para reemplazar a uno de los dos locutores de la segunda emisión del noticiario (1:00 a 1:30 pm.) de lunes a sábado. A los pocos días, se implementaría un proyecto más ambicioso, que requería la permanencia de los locutores en turnos de 6 horas cada uno.

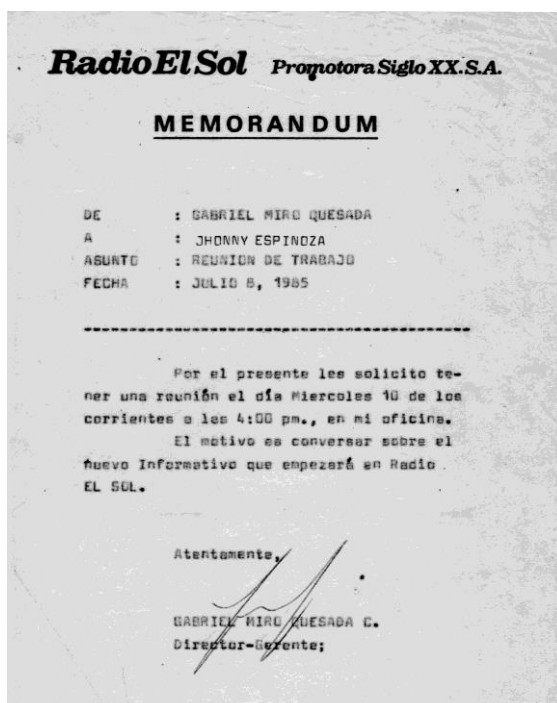


Figura 1. Memorándum de gerencia sobre nuevo noticiero

Fuente: Elaboración propia

2.1.3. Conductor de programas en la radio

a. **El Sol en la Noticia.** Espacio donde me encargo de relatar los microinformativos cada treinta minutos y el noticiario El Sol en la Noticia, en su segunda (de 1 a 1:30 pm.) y tercera edición (de 6 a 7 pm). Los dos locutores y el operador de sonido, recibíamos del coordinador, sendas copias del material informativo; antes de ingresar al aire, solo contábamos con dos minutos, para revisar los “sanguches”, (jerga radial era el nombre con el cual se conocía a las hojas o carillas en doblez), conteniendo las noticias (locales, nacionales e internacionales, y los gorros para las notas con audio) redactadas en máquinas de escribir por el equipo de prensa, que estaba conformado por reporteros (periodistas y practicantes), una redactora periodística de mesa (encargada de internacionales) y un jefe de prensa, quien ocasionalmente, ingresaba a la cabina para advertirnos de una noticia de último minuto, la difusión de un audio (en casete), o para proporcionarnos una “sábana”, como se conocía a una hoja extremadamente grande extraída del papel rollo de nuestro teletipo con algún contenido noticioso de las agencias internacionales.

El noticiero mantenía la estructura clásica con la presentación (grabada), cortina característica, lectura de los titulares, saludos y relato de las noticias locales, nacionales, internacionales y deportivas, y a las 6:50 pm. en la tercera edición del noticiario, lectura del editorial del diario El Comercio (formato impreso). En cualquier momento la intervención de nuestros reporteros desde palacio de gobierno, congreso y desde algún punto de la capital o del interior del país por los corresponsales; asimismo el despacho de la agencia Andina y la Dirección de Informaciones de la policía.

- **Riesgos de la profesión.** El ejercicio de nuestra profesión también implica ciertos peligros a los cuales estamos expuestos, más aún en los 80 y 90, época en que el país sufría las acciones de violencia por parte de delincuentes terroristas. El 16 de agosto de 1985, pasada las 6 de la tarde, cuando nos encontrábamos transmitiendo la tercera emisión del noticiero, miembros del grupo terrorista MRTA ingresaron a la estación radial, ubicada en el sétimo piso del 355 de la Av. Uruguay, en Lima. Al incursionar violentamente a la cabina con armas de fuego en manos, nos forzaron (a los locutores) a colocarnos mirando hacia la pared de la cabina y obligaron al operador de turno a reproducir un casete con una declaración de su movimiento; tras lograr su cometido fuimos conminados a dirigirnos a los servicios higiénicos donde estaba concentrada la mayoría del personal de la emisora. Por fortuna no hubo víctimas en este lamentable episodio de nuestra carrera.
- **Locutor internacional.** A través del contacto radiofónico simultáneo, desde nuestra cabina con locutores de radioemisoras internacionales, decenas de miles de oyentes en Latinoamérica, recibieron de nuestros labios, la noticia del trágico accidente del avión Fokker que transportaba a los integrantes del primer equipo de Alianza Lima, aquel martes 8 de diciembre de 1987. Durante varias semanas, se prolongó nuestra participación como portavoz de este suceso y los acontecimientos posteriores, cuando el mar fue arrojando a la orilla, los cuerpos de las víctimas mortales.

b. **Con música, Sí es posible.** En 1986, la jefatura de programación me incorpora a la conducción del programa Con Música Sí es Posible, en el horario de 2:30 a 5 de la tarde, manteniendo la narración de noticias. Con una locución más dinámica, alegre y espontánea, presento diariamente la discografía del momento y las entrevistas en vivo, de artistas nacionales y extranjeros. Los concursos y sorteos con la participación directa por teléfono de los oyentes, eran parte de este espacio, que cambió sustancialmente nuestro trabajo, así como la línea musical de la emisora, sumando a las baladas, melodías en género pop en inglés y español; y posteriormente el rock en español. Entre Amigos, es el nombre con el cual se le conoce posteriormente al programa, que mantiene su formato y amplía su programación en horas de las mañanas.

c. **Solo Románticos.** En 1989, la aceptable audiencia y la confianza de los directivos de la emisora, nos encarga la conducción de este importante bloque de 5 a 6 pm., donde me dedico a compartir exclusivamente la difusión de baladas en español (actuales y “fresco” recuerdos), con una locución casi poética para anunciar a los exponentes de este género discográfico. Gracias al material que nos hacían llegar los promotores discográficos de Hispanos, lempsa, El Virrey, CBS, entre otros, realizamos esta producción compartiendo con nuestros fieles oyentes, información inédita de los intérpretes y de su discografía.



Figura 2. Entrevista a cantante mexicano Lorenzo Antonio. 1987

Fuente: Elaboración propia

d. **Tres Décadas en El Sol.** Propuesta que creamos en 1990 y que me permitió desempolvar la discoteca de la emisora para seleccionar personalmente, éxitos musicales, en inglés y español, de los 70, 80 y 90, los sábados de 3 a 6 pm., con los grupos y artistas que marcaron un hito en la historia discográfica. Como locutor y productor, este espacio me permitió involucrarme, aún más, con el apasionante mundo de la música; inspirado por la previa selección de un universo de melodías; para compartir en cada emisión con los oyentes, una lectura armoniosa de la información contenida en las tapas de los discos long play, muchos de ellos exclusivos de la discoteca de la radio.



Figura 3. En la cabina de sonido como disc jockey

Fuente: Elaboración propia

e. Disc Jockey. En 1995, la gerencia me invita a adoptar una nueva función en la radio, realizando simultáneamente la labor de locutor y operador de sonido, figura muy de moda en la época. A diferencia de hoy, los disc jockeys de entonces, utilizábamos los clásicos tornamesas, que requerían mucha destreza, sobre todo cuando se realizaba esta labor, es decir, hablar por el micrófono mientras el disco 45 o 33 rpm (vinil), en movimiento, era sostenido con la yema de nuestro dedo medio, antes de ser “lanzado” al aire, acción que se tornaba más compleja si en esos instantes recibía llamadas telefónicas en vivo o debía manipular la cartuchera (reproductor de cartucho Audiopak magnetofón, de corta duración, con anuncios o jingles o música grabada).

f. Locutor oficial. En 1995, el departamento de coordinación de la radio, nos encarga ser la voz que identifique Radio El Sol durante toda la programación diaria. A partir de ese momento, grabé las cuñas de identificación, spots comerciales, la presentación y despedida de programas,

así como las promociones de cada uno de los espacios de la emisora. Esta actividad, con la que terminamos nuestro paso por el apasionante mundo de la radiofonía, nos dio la oportunidad de dejar para el recuerdo y para la historia de la radio, el sello distintivo de nuestra voz que viajó a través del maravilloso éter sonoro.

2.2. Locutor del Ejército del Perú (1990 - 2020)

2.2.1. Oficina de Información del Ejército

La Oficina de Información del Ejército (OIE), es el órgano de apoyo encargado de las actividades de información, relaciones públicas y ceremonial del Ejército del Perú. En ciertas etapas se le asignó otras denominaciones como Oficina Militar de Prensa y Propaganda del Ejército, Oficina de Información y Educación del Ejército (OIEE) y Dirección de Informaciones del Ejército (DINFE) hasta el 2019, En el 2020 ha retomado su nombre y se le conoce por sus siglas iniciales OIE. Los dos departamentos de mayor actividad que posee son: Relaciones Públicas – Ceremonial y Protocolo, que se encarga de mantener los vínculos con diferentes públicos, y Producciones, que es responsable de la parte informativa, escrita, radial, televisiva e internet.

La institución está conformada por personal militar (de escuela y de procedencia universitaria), así como empleados civiles, subdivididos en los grupos ocupacionales profesional, técnico y auxiliar, de diferentes carreras y oficios. La OIE es responsable de la imagen institucional y su contacto con los medios es permanente todo el año. Su personal, profesional y técnico civil, está compuesto por psicólogos, comunicadores sociales, fotógrafos, editores de video y

diseñadores gráficos; dentro de este amplio grupo algunos cumplimos más de una función.

2.2.2. Ingreso como locutor a la OIE

El 01 de agosto de 1990, por concurso de mérito, fui incorporado al Ejército del Perú como personal civil en el cargo de Locutor de radio y televisión dentro de la categoría de técnicos, posteriormente solicité el cambio al grupo ocupacional profesional, obteniendo la función de Asistente de Ciencias de la Comunicación, cumpliendo tal función hasta el día de hoy en la sección Radio del Departamento de Producciones de la Oficina de Información del Ejército (OIE).

La experiencia profesional que desarrollo en esta dependencia militar es de locutor, maestro de ceremonias, redactor y editor de audio, ocasionalmente apoyo en redacción de notas y editorial de la revista Actualidad Militar y la página web de la institución.

2.2.3. Locutor de spots y programas del Ejército

Nuestra experiencia y preparación ha servido para aportar a la formulación de ideas en las diversas campañas y actividades de la OIE. Antes de la producción, recibimos las indicaciones por parte del jefe del departamento o sección; luego nos abocamos a la realización de productos institucionales para radio y televisión solicitados, y nos preparamos para cumplir la misión asignada, teniendo la predisposición que se necesita para ejecutar el siguiente paso.

a. **Soldados Ayer, Hoy, Siempre.** Es el primer programa de género informativo que desarrollo en la institución en 1990, relatando las noticias del acontecer institucional, nacional y mundial, que proporcionaba diariamente la sección Audiovisuales del departamento de Operaciones. Con el material en mano, ingresamos a la cabina para la grabación respectiva del producto, que era previamente escuchado por el jefe de la sección, quien luego de aprobarla, disponía su difusión.

Este informativo se transmitió de lunes a viernes, vía el Sistema de Telemúsica y Perifoneo del Cuartel General del Ejército, que era un circuito interno de parlantes instalados estratégicamente en diferentes puntos interiores (oficinas) y exteriores (frontis de dependencias), de este gran complejo militar, ubicado en el distrito de San Borja. Este medio, cuyos transmisores fueron repotenciados en dos oportunidades y venía funcionando desde su inauguración en 1975, permitió compartir espacios culturales que tuvieron en su momento la aceptación y acogida del personal militar y civil.

b. **Boletín Radial del Ejército, BRE.** En 1990, el Perú vivía bajo un ambiente de zozobra a causa del terrorismo; y la fuerza armada, enfrentaba a este flagelo exponiendo su vida, alejada de su familia. Para tratar de elevar la moral a las fuerzas militares, la OIE emitió, a través de radio Unión, el Boletín Radial del Ejército, BRE, de 10 minutos de duración con información y marchas militares. Nuestra voz, quedó impresa en cada mensaje de adhesión a la misión que cumplieron los soldados. Para garantizar su recepción se disponía que todo el personal militar de los

diferentes cuarteles, se concentre en los comedores a la hora de su emisión, para escuchar íntegramente el espacio. Con su slogan “Donde late un corazón peruano, existe un soldado”, también se produjo el BRE sabatino, con una hora de duración. Me encargué de presentar intérpretes de la música peruana y cuñas con mensajes patrióticos, que eran previamente aprobados por el jefe militar directo, antes de ser grabados y editados; y posteriormente trasladados a las emisoras colaboradoras: Miraflores, Cora y El Sol en AM y radio 1 FM.

Este y otros productos para radio, se hicieron bajo el sistema análogo, grabados en equipos marca Tascam 122 MKII Studio Casete Tape Deck, y musicalizados con discos de vinil haciendo uso de los tornamesas (tocadiscos) Pioneer, ambos conectados a una consola mezcladora Autogram.



Figura 4. Grabación empleando consola Autogram y grabadora Tascam

Fuente: Elaboración propia

c. Spots de adhesión a soldados en primera línea de lucha.

A fines de 1994 e inicios de enero de 1995, el vecino país de Ecuador infiltra sus tropas en territorio peruano, (Alto Cenepa), zona de fácil acceso

para ellos, provocando el inicio del conflicto entre ambos países, mientras el Ejército del Perú, y las demás fuerzas armadas, cumplían la difícil misión de pacificar al país. En ese contexto la OIE, por disposición del comando, emprendió diversas acciones para mejorar el estado de ánimo de los soldados, poniendo en ejecución una intensa campaña que incluía la difusión de cuñas y spots de radio, para motivar el desempeño del personal militar que se encontraba en primera línea de combate; sabiendo que uno de los principales obstáculos, para cumplir el objetivo, fue la nula señal de emisoras peruanas en la zona de frontera.

Un grupo multidisciplinario, integrado por sociólogos, psicólogos y periodistas de la OIE, elaboramos textos y guiones con mensajes patrióticos y de solidaridad del pueblo peruano hacia nuestros soldados. Periódicamente grabé cuñas y spots con fondo de música peruana, en cintas casete que luego de ser aprobados por la jefatura del departamento, eran trasladados, vía aérea y fluvial, a los puestos militares fronterizos para su difusión por medio de los altoparlantes instalados en los cuarteles de la zona, donde los aparatos radiofónicos solo podían captar la señal de emisoras ecuatorianas. Una de tantas frases que llevaba impregnada nuestra voz y que animaba el espíritu patriótico en nuestros soldados fue: “Tumbes, Jaén y Maynas, ni de vainas”.

d. Reporte Radial del Ejército. En los años 1999 y 2000, la señal los 90.5 de la FM de Cadena Peruana de Noticias, CPN radio, gracias al apoyo de su director periodístico Alberto Ku King, se une a las emisoras colaboradoras nacionales, como una tribuna para dar cobertura a

la transmisión de nuestros despachos noticiosos. Dentro de su Primer Servicio Informativo (5 a 7:30 am.), transmití vía telefónica, el Reporte Radial del Ejército, de lunes a viernes a las 6:30 de la mañana, con una síntesis de dos o tres hechos noticiosos institucionales, cuyo guion radial era previamente aprobado por el coronel jefe del departamento, y ensayado, para sincronizar los dos minutos que tenía para el despacho.

Luego del primer contacto telefónico, y antes de cada intervención, la coordinadora periodística del noticiario, dejaba en el auricular la señal del audio en vivo, para estar prevenido al pase de los conductores y la inmediata salida al aire. Así, cumplí dos años ininterrumpidos de transmisión noticiosa para los miles de oyentes de esta emisora de cobertura nacional.

e. Spots Servicio Militar para la radio. El proceso de captación de jóvenes para cumplir el servicio militar en el Ejército, siempre ha sido un tema de permanente preocupación para el comando, sobre todo en su primera etapa cuando era de carácter obligatorio. A partir del 2008 dicho servicio es voluntario, con facilidades para continuar estudios secundarios y el ofrecimiento de becas para institutos superiores a los licenciados de las fuerzas armadas. Desde el 2012, con Beca 18 y nuevos montos en la asignación económica mensual, entre otros beneficios, se incrementó el número de jóvenes, damas y varones, que se presentaron voluntariamente a los cuarteles. Sin embargo, cada año me encargué de crear y producir spots de radio, así como buscar emisoras que colaboren con su difusión

para la campaña de convocatoria, ante la necesidad de cumplir el objetivo de completar el número de efectivos que requiere el Ejército, cada año.

Para afrontar esta problemática, entre los años 2004 y 2012, se contó con el apoyo de Radio Comas en los 107.1 y Radio Canto Grande, ubicada en los 97.7 del dial de la frecuencia modulada, que concedieron, sin costo, parte de su programación para la difusión de los spots (avisos) rotativos diarios, llegando nuestro mensaje a los conos norte y este de Lima, dos sectores importantes de la capital.

Algunas ideas fuerza de los spots fueron: “Quieres superarte?, entonces el servicio militar voluntario es para ti...”; “Servicio militar voluntario...voluntad de servir al país”; “Llegó el momento de cambiar tu futuro, cumple tu servicio militar y serás el profesional que tú quieres”; “Porque tu futuro es lo más importante llegó la hora de edificarlo, servicio militar voluntario, la oportunidad de ser lo que tú quieres”.

f. Entre Valores. En el año 2005 asumimos un reto incursionando en la televisión y participando como la voz en off para interactuar con los conductores durante la transmisión, locutor de reportajes, informes y notas del programa, y reportero. Gracias a un convenio entre el Ejército y el canal JN 19 de Lima, se incorpora a la programación sabatina este magazine, producido por la OIE, poniendo a disposición del público, una propuesta totalmente distinta a lo realizado hasta ese momento por la institución. Entre Valores, rompió con los esquemas de la rigidez, la mirada áspera y el rostro adusto del militar, para convertirse en un producto asimilable. El espacio se caracterizó por mostrar

una dinámica alegre y el dialogo familiar que ofrecían los conductores (oficiales, dama y varón) y la voz en off (personal civil), y las notas e informes culturales, que permitieron proyectar el lado humano del soldado.

g. Grabación de audio digital. El año 2012, la Oficina de Información del Ejército, con el apoyo de la empresa privada, cede el paso a la modernidad e implementa su sala de audio digital con una consola mezcladora Yamaha, micrófonos Shure y una computadora acondicionada con el software Sony Acid Pro para la grabación digital, lo que optimiza dos funciones compatibles: editor y locutor; y, además, facilita el tráfico de archivos a través de la conexión en red compartida con la isla de video.



Figura 5. Tecnología de sonido que facilita el trabajo

Fuente: Elaboración propia

h. El Soldado. En los años 2013 y 2014 realizamos el microinformativo El Soldado, una producción de la Dirección de Informaciones del Ejército, cuyo contenido junto a la secuencia Sabia usted..., se redactaba y aprobaba en la víspera, para difundirlo de lunes a viernes, por las ondas de Radio Nacional en los 103.9 de la Frecuencia Modulada. El reporte, de 2 minutos de duración, se realizaba dentro del noticiario Nacional en la Noticia que conducía y dirigía el periodista Alberto

Ku King Maturana, quien era el encargado de cedernos el pase para ingresar al aire. El Soldado, fue transmitido en vivo y en directo, enlazados vía telefónica entre las 7 y 7:30 de la mañana. Gracias a este espacio y la cobertura de la radio en todo el territorio patrio, se informaba a los peruanos las acciones que cumplía el Ejército en favor del país.



Figura 6. Microinformativo El Soldado

Fuente: Canal YouTube Jose Bravo – Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=-HZCRf6lBcM>

i. **Video Revista del Ejército.** El 2015 se nos encarga producir la Video Revista del Ejército, de edición trimestral y 45 minutos de duración, para que los comandantes generales y jefes de las grandes unidades militares en todo el país, se informen de las acciones del comando. La sección contaba con tres editores y dos periodistas y un responsable de la locución (off) para todos los informes, reportajes y notas institucionales, con las acciones de bienestar del comando en favor del personal. En la primera edición difundimos las actividades de enero a marzo, entre ellas, el curso de miniparacaidistas, aniversario de la Brigada de Fuerzas Especiales y el apoyo del Ejército a los damnificados de Chosica, entre otros.



Figura 7. Video Revista del Ejército del Perú

Fuente: Canal YouTube Aduqui – Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=sbGqQldye9I&t=4s>

j. **A la Orden mi Señor.** En los años 2017 y 2018, el ministerio de Defensa, por encargo del Obispado Castrense del Perú, solicita al comando la participación de personal especializado en comunicación radial, para producir y conducir este espacio de una hora, en vivo, por Radio María, en sus frecuencias 580 AM y 97.7 FM. Como comunicador/locutor de la OIE, asumo este encargo de acuerdo a una programación anual y temario establecidos, para salir al aire, una vez al mes, al Ejército, Marina, Fuerza Aérea y la Policía Nacional. La producción se transmitió de 7 a 8 pm. cada lunes (abril a diciembre), teniendo como invitado a un capellán militar con quien se promovió un dialogo espontáneo sobre el soldado y la familia, el oyente y sus llamadas telefónicas, lográndose el objetivo de promover los valores a través del ejemplo de vida de personajes de nuestra historia militar. Al final de cada mes se emitía un informe al jefe del departamento, sobre los pormenores del programa.



Figura 8. En Radio María con el capellán del Ejército

Fuente: Elaboración propia

k. Ejército en Acción. En el 2018, lanzamos Ejército en Acción, transmitido por el canal YouTube del Ejército, programa donde relato las actividades que desarrolla la institución a nivel nacional. Con su eslogan ¡Ejército en Acción...información al instante!; se comienza a desarrollar una locución dinámica de notas breves e inactuales de obras y gestiones de las unidades militares en todo el país.

En 2019, el formato ya posicionado en las redes sociales, mantiene la presentación y despedida con nuestra locución e incorpora el testimonio con imágenes de las propias autoridades militares.



Figura 9. Programa Tv Ejército en Acción

Fuente: Canal YouTube Oficial del Ejército del Perú – Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=SZrygkuVLY>

I. **Amemos lo Nuestro.** En los años 2017 y 2018, la sección Audiovisuales, a través del canal oficial YouTube del Ejército, produce Amemos lo Nuestro para ofrecer una programación abierta a todos los públicos. La disposición fue asumir el 100% de los trabajos de locución de las noticias, reportajes e informes, basados en la cultura institucional, historia, el quehacer del soldado y su participación en la sociedad. Esta producción, que se difundió una vez al mes y con 30 minutos de duración, obligó a distribuir nuestro tiempo para apoyar en la redacción, ya que el alto mando tenía que aprobar el producto acabado, antes de su reproducción. Mediante este espacio, el Ejército promovió cultura y educación, además de rescatar el testimonio de la población y de sus soldados, con el objetivo de resaltar los valores éticos y morales, una opción necesaria para reforzar la imagen de la institución.



Figura 10. Programa Tv Amemos lo Nuestro

Fuente: Canal YouTube Oficial del Ejército del Perú.

Obtenida de: https://www.youtube.com/watch?v=mITL1H_XONI

II. Especiales. Son parte de nuestras producciones para fechas excepcionales, el 2016 por el bicentenario del natalicio del coronel Francisco Bolognesi, Patrono del Ejército se produjeron diversos trabajos audiovisuales y el 2019, en formato cine realizamos el cortometraje El Valor de ser Soldado, con la actuación de Juan Manuel Ochoa Rivero y nuestra locución en off, estrenándose el 4 de noviembre por You Tube. Otra producción que realizamos fue por el Día del Padre del Ejército, presentada en el auditorio del Cuartel General del Ejército.



Figura 11. Spot Bolognesi 200 años de Honor y Gloria

Fuente: Canal You Tube de Aduqui – Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=m1VjldQuAQ>



Figura 12. Corto El Valor de ser Soldado

Fuente: Canal YouTube Oficial del Ejército del Perú –

Obtenida de: <https://www.youtube.com/watch?v=NpLD8KvHV78&t=38s>



Figura 13. Spot por el Día del Padre

Fuente: Facebook Oficial del Ejército del Perú – Obtenida de:

<https://www.facebook.com/ejercitodelperuoficial/videos/1232649926745461/>

m. Ejército Semanal. Es un producto audiovisual que se puso en ejecución el presente año 2020, donde relato un resumen de las notas e informes más importantes de la semana. Tras la narrar los titulares, desarrollo las informaciones. Mi voz es la que también identifica el espacio. Cada una de estas ediciones es subida al Facebook oficial y a la plataforma You Tube del Ejército.



Figura 14. Microinformativo Ejército Semanal

Fuente: Canal YouTube Oficial del Ejército del Perú - Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=4BSqNdmCyyE&t=47s>

n. Microinformativo Edición Especial. Los medios tradicionales como la radio y la televisión, han cedido protagonismo al internet, teniendo al Facebook como principal centro de atracción del público. El Ejército aprovecha al máximo este servicio y ha ganado espacio exhibiendo sus productos en sus redes oficiales. Por ello mi voz acompaña los spots audiovisuales subidos a las redes sociales, con el relato de las actividades que cumplen los soldados en su misión de llevar ayuda material o construir vías de comunicación; como las acciones de solidaridad que cumple hoy el Ejército con la operación Territorial de Ayuda para el Tratamiento y Aislamiento frente al Coronavirus (Tayta), que ejecuta en diversas partes del territorio nacional, llevando asistencia médica a las poblaciones vulnerables.



Figura 15. Micronoticiero Edición Especial

Fuente: Facebook Oficial del Ejército del Perú – Obtenida de:

https://www.facebook.com/ejercitodelperuoficial/videos/729431400936189/?epa=SEARCH_BOX

ñ. El trabajo remoto. En el 2020, en tiempos de coronavirus, nuestra labor informativa no se detiene. Por disposición del comando del Ejército, continuamos nuestra labor de locución a distancia, desde casa con la oportunidad de transmitir nuestra voz de aliento y mensaje de

solidaridad. Nuestro trabajo consiste en crear textos y grabarlos de acuerdo a lo solicitado por la jefatura de la sección y ser enviados a través del whatsApp a los editores. Entre estos destacan, spots de llamamiento a la Reserva clases 2018, 2019 y febrero 2020 para apoyar las acciones de orden social y por el día del Empleado Civil, entre otros.



Figura 16. Intro y cierre de Especiales

Fuente: Canal YouTube Oficial del Ejército del Perú - Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=NhVVAVosQLA>



Figura 17. Feliz día del Empleado Civil del Ejército

Fuente: Canal YouTube Oficial del Ejército del Perú - Obtenida de:

<https://www.youtube.com/watch?v=b-Y2ATfS4RU>

2.2.4. Maestro de ceremonias del Ejército

La OIE, es la responsable en la agenda de actividades de la institución, y su Departamento de Ceremonial y Protocolo, es el encargado de coordinar los detalles y preparativos de los eventos programados, y actos que disponga en cualquier momento el comando. En este contexto, es que, por necesidad, se solicita mis servicios al Departamento de Producciones, para apoyar como maestro de ceremonias, en actividades institucionales.

Reconocimiento de autoridades y pase a retiro. Las ceremonias de pase a la situación militar de retiro y reconocimientos de los nuevos mandos militares, se realizan entre los meses de diciembre y enero, en las diversas direcciones, oficinas y unidades; el detalle y responsabilidades, están comprendidos en las directivas, que dispone el Comando de Personal del Ejército.



Figura 18. En ceremonia a pase de retiro

Fuente: Elaboración propia

Ceremonia de izamiento del pabellón nacional. Acto de gran emotividad y tradición que se realiza cada día, a las 8 de la mañana en el asta, ubicada frente al monumento del coronel Francisco Bolognesi en el Cuartel General del Ejército.

Con el libreto, que elaboro previamente, con patrióticos mensajes, me hago presente a las 7:30 de la mañana (fin de movimiento), para las coordinaciones con el jefe de línea y el músico mayor (director de la banda). Frente al micrófono, con voz vibrante, anuncio el inicio de la ceremonia, el motivo que nos congrega, así como las personalidades presentes. A continuación, luego del permiso solicitado por el jefe de línea ante la autoridad militar, anuncio el izamiento del pabellón nacional. Como en todo acto castrense, con cadencia al hablar, marco cada secuencia del ceremonial.



Figura 19. En ceremonia de izamiento del pabellón nacional

Fuente: Elaboración propia

Desfile y parada militar en la avenida Brasil. Actividad de gran responsabilidad por fiestas patrias. En días previos se realiza el ensayo general en la base aérea de Las Palmas, Surco y con libreto en mano relatamos para sincronizar los tiempos con el paso de las tropas. El 29 de julio desde las 7:30 de la mañana, nos ubicamos en lo alto de una estructura metálica, en la avenida Brasil para hacer un reconocimiento del lugar y la prueba de sonido. La coordinación es permanente con el jefe de línea y un elemento de comunicaciones, quien informa el arribo de las personalidades para anunciar su

llegada por los micrófonos, el izamiento de la bandera y el paso de los agrupamientos militares, instituciones civiles y delegaciones escolares en la pista de desfile.



Figura 20. Relatando en desfile de fiestas patrias en la avenida Brasil

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=W0RLhhXubng>

2.2.5. Docencia en producción de radio.

Nuestra experiencia, formación y los trabajos para radio producidos, fueron los factores para ser invitado como docente por la Escuela de Operaciones Sicológicas del Ejército al XXIX Curso Básico de Operaciones Sicológicas, (Períodos Académicos 2018 – I y II). Para ofrecer, a los participantes, instrucción teórico-práctica y las herramientas para la producción de programas y spots de audio, guiones y narración de noticias, y locución comercial. El curso estuvo dirigido a oficiales subalternos (tenientes y capitanes) y oficiales del grado de mayor y teniente coronel. Los alumnos, miembros del Ejército, Marina de Guerra, Fuerza Aérea y Policía Nacional del Perú, y militares de otros países de Latinoamérica, adquirieron conocimientos básicos y quedaron en condiciones de

realizar trabajos de producción que han tenido sus frutos en provincias, donde cuentan con el apoyo de emisoras locales para emitir sus spots.



Figura 21. Con alumnos XXIX Curso Básico de Operaciones Sicológicas

Fuente: Elaboración propia

Capítulo III: Conclusiones

1. Un buen spot, es el resultado de un trabajo debidamente planificado dentro de cualquier organización, donde participa un grupo comprometido, que, mediante su investigación e inventiva, puede crear un mensaje que, bien pronunciado, será efectivo. Para dar el nivel óptimo de calidad a dicho producto, el locutor, como recurso humano directamente involucrado, debe estar en inmejorables condiciones de aportar con su voz y particular estilo en el proceso de producción. Al destacar el papel que tiene el profesional de la voz en este procedimiento, es necesario resaltar el esencial factor formativo que le proporciona las facultades para un desempeño laboral óptimo, considerando que la base científica que posee, será decisiva para el ejercicio competitivo de su profesión.

2. El comunicador social, cualquiera sea su especialidad, por la naturaleza de su función, tiene un papel importante como elemento profesional de una empresa privada u organismo público; cualquiera sea el área donde se desarrolle, tienen que estar en condiciones de asesorar, mostrar iniciativa y ser proactivo, ofreciendo con sus capacidades, alternativas de solución. No existen pretextos ni argumentos para evitar corresponder con sus conocimientos a las tareas encomendadas.

3. Como en el Ejército, las instituciones y empresas requieren que su personal del área de comunicaciones tenga los conocimientos y las capacidades para elaborar proyectos, producir programas o conducir una presentación protocolar. No existe mejor profesional facultado para cumplir funciones de esta naturaleza, que el comunicador social.

4. A excepción del escenario informal en el que trabajan locutores de algunos medios de comunicación radial, el profesional del micrófono que labora en el Ejército, ha demostrado mayor eficiencia en su función y desempeño, corroborando la importancia que tiene el personal civil de procedencia universitaria, que desarrolla múltiples funciones de su especialidad.

5. Cualquier momento es oportuno para emprender nuestro desarrollo académico, aunque hoy experimentemos un escenario distinto y difícil por la pandemia. Luego de compartir toda esta experiencia como locutor/comunicador, el siguiente paso, para seguir creciendo profesionalmente, es el desarrollo de una maestría y por qué no, realizar un doctorado, estas son importantes posibilidades

que están a nuestro alcance. En tal sentido, sería importante promover post grados en la especialidad, ya que la locución, es una valiosa herramienta que ayudaría al desarrollo de muchos profesionales egresados de nuestra alma mater.

6. En el ejercicio profesional de la locución, nos podemos convertir en la carta de presentación de una empresa, institución o de una marca comercial, y nuestra voz, será la imagen audible que los personifique. Con nuestra expresión y teniendo las herramientas técnicas mínimas necesarias, se puede lograr este y otros objetivos; solo hay que añadir esfuerzo, constancia e inventiva. La voz de un locutor es una herramienta estratégica que pueden usar las instituciones u organizaciones, para identificarse, proyectar su imagen y sensibilizar al público.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Álvarez Molina, D. (2012). *Estudio de la entonación en la locución radial: descripción prosódica de la locución informativa en una muestra de la emisora provincial CMHW* (Doctoral dissertation, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas).
- Allegrucci, M. D. (2015). *Miguel Ángel Verdún: locutor, de oficio y profesión. Letras.*
- Amoedo-Casais, A. (2003). Emma RODERO ANTÓN. *Locución radiofónica.* Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, IORTV, Salamanca, 2003, 432 pp. *Communication & Society*, 16(2).
- Antón, E. R. (2001). *El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo.*
- Antón, E. R. (2007). *Caracterización de una correcta locución informativa en los medios audiovisuales. Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 523-542.
- Ávila, C. G. (2011). *La locución en el periodismo, un valor en deterioro. In La comunicación pública, secuestrada por el mercado* (pp. 98-99). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Bustamante, E. (2005). *Los primeros veinte años de la radio en el Perú.* *Contratexto*, (013), 206-220.
- Conde, M. J. G. (2005). *La credibilidad de la voz como aspecto persuasivo de creación radiofónica.* *Icono14*, 3(1), 9.
- Chávez Dávila, J. G. (2013). *Experiencias del locutor en cabina* (Doctoral dissertation, Universidad de San Carlos de Guatemala).
- Escalante, M. V. (1986). *El reportero radiofónico.* Belén. Quito.

- Díaz Rodríguez, C. (2014). *La educación de la voz radiofónica*.
- Dosal, R. (2014). *Producción de la voz y el habla: La fonación*.
- Farfán, C. A. F. (2013). *La voz humana y su clasificación*. TecnoESUFA: revista de tecnología aeronáutica, 20.
- González, S. F., de la Iglesia, F. V., Girbau, M. M., & Urrutia, R. G. T. (2006). *La historia de la voz*. Rev Med Univ Navarra, 50(3), 9-13.
- Guerrero Pérez, G. M. (2019). *La voz: cualidades de la voz-clasificación, defectos e higiene de la voz*.
- Guevara, A. (2006). *Locución: El Entrenador Personal: Expresión Oral Para Una Comunicación Exitosa*. Editorial Galerna.
- Junca, I. *La regla de tres simple de la locución: aprendizaje sensorio-motor* 36►
 Disfonía por tensión muscular: El camino de la afonía a la voz, terapia vocal basada en evidencia 40► Mecanismos de control fisiológico presentes durante la terapia vocal 47► Uso de la Máscara Semiocluida de Ventilación para la rehabilitación vocal 53, 76.
- Larrea Estefanía, O. (2015). *Estudio sobre la escucha de la voz del locutor con y sin su imagen: análisis del proceso perceptivo y cognitivo del oyente* (Doctoral dissertation, Universitat Pompeu Fabra).
- Páez, J. J. P. *Información Radiofónica: redacción, locución y manuales de estilo: lengua, comunicación y libros de estilo*, 238.
- Radio, I., la técnica, I. y., producto, s. y. p. d. u., & eficaz, e. d. v. capítulo 4. *La locución comercial como estrategia de venta en*.
- Rodero, E. (2002). *Una voz mágica para contar las noticias*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (080).

- Rodero, E. (2008). *Educar a través de la radio*. *Signo y pensamiento*, 27(52), 97-109.
- Rodríguez, C. D. (2014). *La educación de la voz radiofónica* (Doctoral dissertation, Universidad de Sevilla).
- Rojas Campoverde, C. E. (2011). *Elaboración de un manual sobre oratoria y locución* (Bachelor's thesis).
- Saíz Olmo, J. (2005). *Periodismo de Radio: de los estudios al ciberespacio*. Moncada (Valencia): Universidad Cardenal Herrera-CEU: Fundación Universitaria San Pablo-CEU, 2005.
- Sánchez, I. B. (2012). *La voz: la técnica y la expresión*. Paidotribo.
- Scivetti, A. R. (2007). *La voz en la comunicación*. *Revista Electrónica de Psicología Política*, 5(13).
- Torres García, I. M. (2009). *El plan de estudios de la carrera de locutor profesional, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su relación con las necesidades actuales de los estudiantes y egresados* (Doctoral dissertation, Universidad de San Carlos de Guatemala).
- Valls, J. M. (1992). *Educar con y para la radio*. *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 4(14), 67-75.
- Viladegut Bush, H. (2008). *Locutor: Mensajero de la identidad*.
- Zampa, C. H. *La Foniatría en la locución: historia*. *Territorios de la radio sus historias y memorias*, 69.

ANEXOS

Anexo 1. Labor reporteril en el Ejército.



Anexo 2. Maestro de ceremonias en Colegio Militar Leoncio Prado.



Anexo 3. Entrevista a ministro de Defensa 2009.



Anexo 4. Certificado de trabajo en Radio El Sol.

Radio EL Sol Promotora Siglo XX S. A.

CERTIFICADO DE TRABAJO

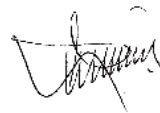
Mediante el presente documento dejamos expresa constancia que el señor **JOHNNY ESPINOZA PORTILLA**, identificado con D.N.I. 08394919 ha laborado en nuestra empresa desde el 13 de Junio de 1985 hasta el 30 de Setiembre del 2001, desempeñándose en el cargo de Locutor.

Durante el tiempo de permanencia en nuestra compañía, el señor Espinoza ha demostrado eficiencia, honradez y puntualidad en sus labores que le fueron encomendadas.

Asimismo, debemos expresar nuestro especial reconocimiento por los años de servicios cumplidos en nuestra empresa.

Extendemos el presente certificado a solicitud del interesado para los fines que considere conveniente.

Lima, 30 de Setiembre del 2001.



Anexo 5. Ranking y nivel de audiencia de noticieros radiales AM y FM.

TELE DATUM



RANKING PROMEDIO DE RADIO - PROGRAMAS NOTICIOSOS
HOGARES / OYENTES

ESTUDIO DE AUDIENCIA DE RADIO LIMA DEL 22 AL 28 DE MAYO

	EMISORA	PROGRAMA	FRECUENCIA		HOG. TOT		RADIOYENTES	
					RAT.	MIL	RAT.	MIL
A - F	R.P.P.	LA ROTATIVA DEL AIRE	5:00 - 8:00	(L/S)	5.0	59.8	2.9	155.4
A - F	R.P.P.	INF. SOLAR/AMPLIC. DE NOT.	8:00 - 9:00	(L/S)	3.8	45.1	2.2	121.2
A - F	R.P.P.	LA ROTATIVA DEL AIRE	9:00 - 10:00	(L/V)	3.2	38.3	1.9	101.4
AM	RADIO CORA	AMANECER INFORMATIVO	5:30 - 6:40	(L/S)	1.7	20.0	1.0	52.4
AM	R-700	MICROFONO ABIERTO	9:00 - 10:00	(L/V)	1.8	21.2	0.9	49.2
A - F	R.P.P.	ENFOQUE	9:00 - 10:00	(S)	1.6	18.9	0.8	42.9
AM	RADIO CORA	RADIO PERIODICO-LAS NOTICIAS	6:45 - 9:29	(L/S)	1.1	13.4	0.6	34.5
FM	RADIO RITMO	NOTICIAS	7:00 - 10:00	(L/V)	1.2	14.3	0.6	33.5
FM	SUPER LATINA	LOS MANIFICOS DE LA NOTICIA	6:00 - 9:00	(L/V)	1.1	13.5	0.6	32.6
FM	R.P.P.	LA ROTATIVA DEL AIRE	8:00 - 8:30	(D)	1.0	12.2	0.6	32.5
A - F	R.P.P.	BUENAS TARDES Y NOTICIA	15:00 - 17:00	(L/V)	1.2	14.2	0.6	31.3
AM	EL SOL	3ERA EDC. EL SOL EN LA NOTICIA	18:00 - 19:00	(L/S)	1.5	17.5	0.5	29.3
A - F	R.P.P.	PERSONA A PERSONA	12:00 - 13:00	(S)	1.0	11.9	0.5	26.8
FM	MIRAFLORES	NOTICIERO DEL MOMENTO	6:00 - 10:00	(L/V)	0.8	10.1	0.4	23.3
A - F	R.P.P.	LA ROTATIVA DEL AIRE	12:00 - 15:00	(L/D)	1.1	13.5	0.4	22.7
FM	ANTENA 1	PRECISIONES	9:00 - 10:00	(S)	0.8	9.8	0.4	19.7
AM	MODERNA	LO BUENO LO MALO LO FEO	5:00 - 10:00	(L/S)	0.6	7.6	0.3	17.6
A - F	R.P.P.	LA ROTATIVA DEL AIRE	17:00 - 20:00	(L/D)	0.6	7.0	0.3	15.8
FM	ANTENA 1	ANTENA INTERNACIONAL	10:00 - 12:00	(S)	0.6	7.4	0.3	14.7
FM	OMEGA	JORNADA	10:00 - 11:00	(L/V)	0.5	6.1	0.2	13.3
FM	ANTENA 1	TESTIGO DE LA NOTICIA	6:30 - 8:00	(L/S)	0.5	5.7	0.2	13.1
AM	MODERNA	MINUTERO POLITICO	10:00 - 12:00	(S)	0.5	6.2	0.2	12.1
FM	ANTENA 1	AHORA	9:00 - 11:00	(L/S)	0.5	5.8	0.2	11.2
AM	EL SOL	2DA EDC EL SOL EN LA NOTICIA	13:00 - 13:30	(L/S)	0.4	5.0	0.2	11.2
AM	EL SOL	EL SOL EN LA NOTICIA	6:00 - 8:00	(L/S)	0.4	5.0	0.2	10.4
AM	UNION	DIARIO DE UNION	6:00 - 8:00	(L/V)	0.4	5.0	0.2	10.0
FM	ANTENA 1	DIALOGO ABIERTO	6:00 - 9:00	(L/V)	0.3	3.7	0.2	8.7
FM	ANTENA 1	TESTIGO DE LA NOTICIA	13:00 - 14:00	(L/S)	0.2	2.4	0.1	6.1
AM	UNION	DIARIO DE UNION	6:00 - 8:00	(S)	0.2	2.5	0.1	5.6
AM	RADIO CORA	2DA EDC. LAS NOTICIAS	13:00 - 14:00	(L/V)	0.2	2.5	0.1	5.2
AM	RADIO CORA	3DA EDC. LAS NOTICIAS	18:00 - 19:58	(L/V)	0.2	2.5	0.1	5.1
FM	ANTENA 1	TESTIGO DE LA NOTICIA	18:00 - 19:30	(L/S)	0.2	2.4	0.1	3.1
FM	ANTENA 1	ANTENA DE LA SEMANA	10:00 - 12:00	(D)	*	*	*	*
FM	ANTENA 1	PUNTO Y COMA	14:00 - 16:00	(L/V)	*	*	*	*
FM	MIRAFLORES	NOTICIERO DEL MOMENTO	6:00 - 10:00	(S)	*	*	*	*

(*) NUMERO NO SIGNIFICATIVO DE RADIO-OYENTES

Anexo 7. Distribución fechas 2018 programa A la Orden mi Señor.

 **Obispado Castrense del Perú**
Cronograma 2018 

Programa: "A la Orden Mi Señor"
Emisión: Todos los Lunes de las 19:00hrs a las 19:50hrs

Mes de Abril		
Día	Encargado	Tema del mes
02/04/2018	Policía Nacional del Perú	La Pascua
09/04/2018	Marina de Guerra del Perú	
16/04/2018	Ejército del Perú	
23/04/2018	Fuerza Aérea Peruana	
30/04/2018	ODECCAS	
Mes de Mayo		
Día	Encargado	Tema del mes
07/05/2018	Policía Nacional del Perú	La Asunción de Santa María
14/05/2018	Ejército del Perú	
21/05/2018	Fuerza Aérea Peruana	
28/05/2018	Marina de Guerra del Perú	
Mes de Junio		

Anexo 8. Inauguración olimpiadas por el día del Servicio de Intendencia.



Anexo 9. Homenaje a víctimas de la pacificación. Obelisco de San Borja.



Anexo 10. Ceremonia por Día del Ejército.



Anexo 11. Aniversario del Servicio de Material de Guerra.



Anexo 12. Homenaje a la Patrona de las Armas del Perú.



Anexo 13. Diploma por 25 años de labor ininterrumpida en el Ejército.



Anexo 14. Patente del ministerio de Transportes y Comunicaciones.



Anexo 15. Libreto reconocimiento a Jefe Supremo de las FFAA.

LIBRETO CEREMONIA DE RECONOCIMIENTO DEL PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA COMO JEFE SUPREMO DE LAS FFAA Y PNP

1. HONORES

HACE SU INGRESO EL SEÑOR PEDRO PABLO KUCZYNSKI GODARD, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA, ACOMPAÑADO DEL SEÑOR MARIANO GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, MINISTRO DE DEFENSA Y DEL SEÑOR CARLOS BASOMBRÍO IGLESIAS, MINISTRO DEL INTERIOR.

2. HIMNO NACIONAL DEL PERU

DANDO INICIO A LA CEREMONIA DE RECONOCIMIENTO DEL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA COMO JEFE SUPREMO DE LAS FUERZAS ARMADAS y POLICIA NACIONAL, ENTONAREMOS EL HIMNO NACIONAL DEL PERU.

3. LECTURA DE LA CONSTITUCION POLITICA DEL PERU

A CONTINUACIÓN, SE DARÁ LECTURA A LA CONSTITUCION POLITICA DEL PERU.

4. RECONOCIMIENTO

RECONOCIMIENTO, AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA, COMO JEFE SUPREMO DE LAS FUERZAS ARMADAS Y POLICIA NACIONAL DEL PERU Y ENTREGA DEL BASTON DE MANDO A CARGO DEL SEÑOR ALMIRANTE JORGE MOSCOSO FLORES, JEFE DEL COMANDO CONJUNTO DE LAS FUERZAS ARMADAS.

5. SALUDO

SALUDO DE LOS MINISTROS DE ESTADO, JEFE DEL COMANDO CONJUNTO DE LAS FUERZAS ARMADAS, COMANDANTES GENERALES DE LAS INSTITUCIONES ARMADAS Y DIRECTOR DE LA POLICIA NACIONAL DEL PERU, AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA COMO JEFE SUPREMO DE LAS FUERAS ARMADAS Y POLICIA NACIONAL DEL PERU.

6. BRINDIS DE HONOR

LA CEREMONIA HA CONCLUIDO, SE INVITA A LA DISTINGUIDA ASISTENCIA AL SALON TUPAC AMARU PARA EL BRINDIS DE HONOR.

Anexo 16. Carta de Radio Cantogrande con pauta publicitaria.



Av. Del Parque 721 - 2º Etapa, Urb. Canto Grande - San Juan de Lurigancho
Telefax: 715-6014 - Cabina: 388-3800 www.cantograndefm.com

San Juan de Lurigancho, 01 de Febrero del 2012.

Señores

Ejército del Perú

Comandancia General del Ejército

Presente

A t. General de Brigada Luis Caballero Toulhier

Director de Informaciones del Ejército

De nuestra especial consideración.

Reciba nuestro cordial saludo y a la vez en respuesta a la solicitud que nos han hecho llegar, nosotros como Medio de Comunicación de Lima Este y conocedores de la importante labor que su Institución realiza en beneficio de los peruanos reiteramos nuestro apoyo al trabajo que la Dirección a su cargo lleva a cabo, a través de nuestras transmisiones.

Para su conocimiento remitimos los horarios de transmisión del Spot de 20" que nos enviaron, para el periodo de transmisión (17 avisos diarios de lunes a domingo), del 01 al 29 de febrero del 2012. Detallamos:

PAUTA HORARIA

06:00 - 09:40 - 11:40 - 13:00 - 15:00 - 19:20 - 20:20 - 00:30 - 01:00
01:30 - 02:00 - 02:30 - 03:00 - 03:30 - 04:00 - 04:30 - 05:00

Esperando contar con la debida atención a la presente, nos suscribimos renovando nuestro sentimiento y estima a Usted y a su Institución.

Atentamente,

Lic. Edgar Saldaña Reátegui

Director

Anexo 17. Carta de Radio Comas con la pauta publicitaria para spots.



AM - 1300 FM 101.7

RADIO COMAS TELEVISION S.R.Ltda.

Av. Estados Unidos 327 Comas - Lima - Perú

Correo de publicidad: crac@radiocomas.com

Comas, 01 de Febrero del 2012.

Señores

Ejercito del Perú

Comandancia General del Ejercito

Presente

A t. General de Brigada Luis Caballero Toulrier

Director de Informaciones del Ejército

De nuestra especial consideración:

Reciba nuestro cordial saludo y a la vez en respuesta a la solicitud que nos han hecho llegar, nosotros como Medio de Comunicación de Lima Norte y conocedores de la importante labor que su Institución realiza en beneficio de los peruanos reiteramos nuestro apoyo al trabajo que la Dirección a su cargo lleva a cabo, a través de nuestras transmisiones.

Para su conocimiento remitimos los horarios de transmisión del Spot de 20" que nos enviaron, para el periodo de transmisión, del 01 al 29 de febrero del 2012. (12 avisos diarios en cada frecuencia de lunes a domingo) Detallamos:

PAUTA HORARIA

Radio Comas FM - 101.7

06.00 - 06.30 - 09.30 - 10.00 - 21.30 - 22.00

01.30 - 02.30 - 03.30 - 04.30 - 05.00 - 05.30

Radio Comas AM - 1300

05.30 - 06.00 - 06.30 - 07.00 - 07.30 - 08.00

08.30 - 09.30 - 11.00 - 11.30 - 20.30 - 22.30


Esperando contar con la debida atención a la presente, nos suscribimos renovando nuestro sentimiento y estima a Usted y a su Institución.

Atentamente,

Lic. Edgar Saldaña Reátegui

Director

Anexo 18. Editorial para edición nº 500 de la revista Actualidad Militar.



Ha transcurrido más de cinco décadas desde que salió a la luz nuestra revista institucional Actualidad Militar, y con ella se dio inicio a una nueva era informativa en el Ejército del Perú. Su primera publicación significó ser nuestra voz oficial mediante el mensaje escrito, oportuno y veraz hacia el personal de la institución para, con el transcurrir de los años ampliar su cobertura a otros públicos, incluso traspasando las fronteras.

Cada una de sus ediciones cumplió y cumple estrictamente con su misión de informar y narrar las noticias y los sucesos que son parte de nuestra historia institucional. Hoy llegamos a la edición número 500 y con ello tenemos el imperativo de reconocer la obra y el trabajo de quienes formaron parte de esta tribuna desde su creación, como directores, jefes de prensa, redactores, colaboradores, y sobre todo expresar nuestra gratitud a los miles de lectores, pues gracias a su cautiva preferencia, nuestra revista se ha podido consolidar en el sitio de honor que ha alcanzado como medio de información.

Asociada siempre a la vida del Soldado peruano, la RAM, como la conocemos en el ámbito castrense, ha dado cobertura no solo al entorno militar, sino que con lógica visión abrió espacios para la cultura y la ciencia en sus diversas especialidades, el turismo y el deporte, los mismos que concitaron la atención de otro público, que se unió a nuestros cautivos lectores.

Nuestra revista, igual que cualquier otro medio informativo, ha jugado un papel importante en la divulgación de ideas innovadoras, de aliento al trabajo, y de orientación a objetivos de tecnificación de los procedimientos para alcanzar las metas prefijadas. En ese sentido, podemos afirmar que ha sido preponderante el papel de la RAM en el desarrollo y contribución a la Fuerza Armada.

La Revista Actualidad Militar es un documento de enorme valor histórico, que ha ganado un lugar de trascendencia, gracias a la relevancia de su contenido y a un trabajo periodístico serio y responsable. En cada edición se ha tenido mucho cuidado en informar objetivamente, sobre los más diversos temas de interés institucional.


Es así, que en consenso editorial presentamos esta edición de lujo y para ello nos introdujimos a la hemeroteca y entre el recuerdo y la pasión periodística, luego de una exhausta labor de investigación y diseño, recopilamos los hechos más saltantes y anecdóticos de las ediciones difundidas en los más de cincuenta años que posee, incluyendo imágenes, que como sabemos fueron publicadas en blanco y negro.

Al llegar a la edición 500, y haciendo uso de esta tribuna de honor, corresponde saludar a todos aquellos profesionales y técnicos quienes nos antecedieron y alguna vez tuvieron bajo su responsabilidad, la dirección, redacción y publicación de servir informando.

Hoy doble es nuestro compromiso con el Perú y su Ejército, pues la tradición histórica y de larga data de nuestra revista, nos obliga a mantener el nivel de calidad periodística a nuestros lectores y por qué no, a mejorar cada día bajo nuestra noble misión de informar.

EDITORIAL

6



Actualidad Militar

Anexo 19. Tapa de la edición nº 500 de la revista Actualidad Militar.

