



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

**EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO REPORTERA Y
PRODUCTORA DE RADIO NACIONAL DEL PERÚ**

**PRESENTADA POR
MERCEDES DONATILA JARA PINEDA**

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

LIMA – PERÚ

2018



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

**EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO REPORTERA Y PRODUCTORA DE RADIO
NACIONAL DEL PERÚ**

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

Presentado por:

MERCEDES DONATILA JARA PINEDA

LIMA – PERÚ

2018

II. DEDICATORIA

A MIS PADRES, ESPOSO E HIJO QUIENES ME IMPULSAN A SUPERARME
PROFESIONALMENTE CADA DIA.

III. AGRADECIMIENTOS:

AGRADEZCO A DIOS MI SEÑOR

Y A MIS PADRES DIONICIO Y VICTORIA, POR SU CONSTANTE APOYO

PARA LOGRAR MIS METAS.

IV. ÍNDICE

PORTADA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
INTRODUCCIÓN	V
CAPÍTULO PRIMERO	10
1. MARCO TEÓRICO	10
1.1.1 La radio como medio de comunicación	10
1.1.2 Historia de la radio informativa en el mundo	14
1.1.3 Historia de la radio en el Perú	20
1.1.4 Características de la radio	25
1.1.5 Principales géneros radiofónicos	29
1.1.5.1 La noticia	30
1.1.5.2 La entrevista	31
1.1.5.3 El reportaje	32
1.1.5.4 La crónica	33
1.1.5.5 La crítica	34
1.1.6 El reporterismo radial	34

1.1.7	Cualidades y funciones del reportero radial	36
1.1.8	La producción radial	37
1.1.9	El rol del productor periodístico	38
1.1.10	Etapas en la producción radiofónica	40
	1.1.10.1 La preproducción	41
	1.1.10.2 La producción	44
	1.1.10.3 La posproducción	45
1.1.11	Radio Nacional del Perú	45
	1.1.11.1 Funciones	49
	1.1.11.2 Visión	49
	1.1.11.3 Misión	50
1.1.12	Rol de un productor de prensa de Radio Nacional	50
1.1.13	Programas principales en el año 2018	52
CAPÍTULO SEGUNDO		54
2. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL		54
2.2.1	Sobre mi experiencia como reportera radial (1981 - 2007)	54
	2.2.1.1 Reseña del centro laboral	54
	2.2.1.2 Recomendaciones para un reportero	56
	2.2.1.3 Mis inicios	58
	2.2.1.4 Masacre de 8 periodistas en Uchuraccay – Ayacucho	59
	2.2.1.5 Motín del penal “El Sexto”	62

2.2.1.6	Visita del Papa Juan Pablo II al Perú	64
2.2.1.7	Estatización de la banca	65
2.2.1.8	Violento terremoto de 7,9 grados Richter que azotó Pisco e Ica	67
2.2.1.9	Fuentes de cobertura periodística	68
2.2.2	Experiencia profesional como productora de prensa en Radio Nacional del Perú (2007 a la actualidad)	71
CAPÍTULO TERCERO		76
3. CONCLUSIONES		76
CAPÍTULO CUARTO		78
4. FUENTES DE INFORMACIÓN		78
4.4.1	Referencias bibliográficas	78
CAPÍTULO QUINTO		81
5. ANEXOS		81
5.5.1	Fotos	81

V. INTRODUCCIÓN

En los años que tengo como periodista; en este caso como integrante de Radio Nacional del Perú, he pasado por una serie de experiencias que con el tiempo me hicieron crecer como profesional en este medio tan apasionante como es la “radiodifusión”.

La radio es sin duda, un arma poderosa de comunicación directa, entre el comunicador y el receptor, por la instantaneidad, oportunidad y veracidad con que se reciben los hechos que suceden al momento en el lugar de la noticia.

Las experiencias que hoy plasmo en esta monografía -en mis 36 años de labor periodística como reportera y productora radial-, espero puedan servir a los estudiantes para capacitarse y así poder solucionar los problemas y dificultades que tendrán que enfrentar como futuros reporteros o productores de radio.

El reportero cumple una labor muy importante y esencial en una transmisión de Radio, es el que da vida a la noticia desde cualquier lugar donde se produce ésta.

Sus cualidades residen en la oportunidad y veracidad con que informa la noticia. Sus notas son siempre esperadas por la radio audiencia por la importancia de la información.

La labor del productor de radio, si bien es una labor en “la sombra”, es la de mayor importancia, es el “corazón” y “las venas” de todo programa radial.

El productor periodístico es el responsable de los contenidos de toda información, noticia o entrevista que sale al aire, por lo que debe ser un gran investigador, un profesional

actualizado, amigo del diálogo, un excelente relacionista público y con habilidades para solucionar situaciones imprevistas.

El trabajo monográfico planteado me ha permitido seleccionar y recopilar de varias fuentes bibliográficas -las más actualizadas – aspectos teóricos y prácticos que caracterizan la labor de un reportero y productor periodístico, que en unión con mi experiencia profesional completan el marco de estudio.

La presente monografía consta de tres capítulos:

El primer capítulo desarrolla los presupuestos teóricos y metodológicos del manejo de la información en la radio, sus principales características como medio de difusión eficaz. Describo el uso de los géneros periodísticos en radio, así como el manejo de la producción radial que junto a la labor del reportero cumplen un papel predominante en la programación de cualquier medio radial.

Así mismo, en este primer capítulo destaco los momentos históricos de Radio Nacional del Perú desde su creación, su visión, misión y objetivos, y el papel que ha venido cumpliendo a lo largo de estos años en su función de integrar al país, como aliado de la educación y cultura en bien del desarrollo de la nación peruana.

Describo también, el papel protagónico que cumple el productor de radio en la planificación, elaboración y puesta en escena de la producción radial- sea el género que sea- en este caso abocado a mi experiencia como productora de noticiero radial. Así mismo rescato el papel que cumple el reportero radial desde el lugar donde se produce la noticia,

sus cualidades y fortalezas para difundir la noticia con la claridad, transparencia y simultaneidad que implican los acontecimientos.

En el capítulo segundo, tras describir y analizar el marco teórico de la monografía, me dedico a desarrollar mi experiencia profesional como reportera (1981 al 2007) y productora (2007 a la actualidad) en Radio Nacional, reseño los momentos periodísticos más significativos que cumplí en esta emisora del Estado

En el capítulo tercero doy mis conclusiones y aportes para mejorar la producción radial desde mi experiencia profesional, así como también para mejorar las funciones y capacidades de un reportero radial.

Mi experiencia profesional en un medio de comunicación como Radio Nacional no hubiera sido posible, sino hubiera podido contar con la capacitación y aprendizaje que recibí en los cinco años de estudiante de Ciencias de la Comunicación en las aulas de la Universidad de San Martín de Porres, donde me facilitaron las herramientas para cumplir con los nuevos retos que impone el trabajo periodístico.

CAPÍTULO PRIMERO

1. MARCO TEÓRICO

1.1.1 La radio como medio de comunicación

La radio, desde sus inicios en los años 20 del siglo pasado hasta hoy (Siglo XXI), ha sido siempre el medio de comunicación con mayor alcance, popularidad y empatía que ha tenido y tiene el oyente desde cualquier lugar donde se encuentre.

García Camargo (1998) destaca lo siguiente:

El año de 1920 marca el punto de partida de la radiodifusión: comienza a ser un medio de comunicación que, poco a poco, se va desarrollando, tecnificando; dándole a los pueblos un nuevo motivo de recreación, de cultura y de información. Esto último fue lo fundamental en los comienzos de la radio: la noticia. (p.14)

Es el medio de comunicación de mayor identificación, efectividad y credibilidad que tiene el receptor y que lo hace cada día más atractivo a su interés personal.

Sainz de Medrano (2003) afirma:

A lo largo del siglo XX, la radio, que en sus primeros años tuvo la consideración de elemento casi mágico y hasta espiritista, ha ido encontrando su verdadera esencia y valor como medio de comunicación de masas, capaz de influir y de orientar la acción de su audiencia. Su función inicial como medio de entretenimiento y formación para una sociedad poco ilustrada, dio paso a la segunda mitad del siglo a

una progresiva configuración como medio de comunicación que informa y entretiene, en pie de igualdad con la prensa y la recién nacida televisión. (p.21)

La radio adquiere una concepción eminentemente informativa no sólo porque transmite con mayor rapidez los hechos en directo sino también porque puede aumentar la comprensión del oyente a través de la explicación y el análisis que conlleva profundizar el tema.

Prado (1985) señala: “La radio como medio informativo puede jugar un papel muy diferente. Además de transmitir lo más rápidamente posible los acontecimientos actuales, puede aumentar la comprensión pública a través de la explicación y el análisis.” (p.23)

Con el avance de la tecnología, la radio se ha constituido en un medio que permite, entre muchas otras tareas, contar con un servicio de difusión de información inmediata. Su capacidad de comunicarse a través del lenguaje radiofónico, le permite captar a un público que no necesita una formación especial para decodificar el mensaje, como aquel radioescucha que no sabe leer o que no quieren leer o no disponen de tiempo para hacerlo..

A lo largo de su historia la radio se vio obligada a modificar su estructura y transformar sus contenidos, hacia una radio especializada como una forma de sobrevivir.

Al respecto Santos (2004) dice lo siguiente:

Para ello le fue necesario sufrir reconversiones tecnológicas, la comercialización de las noticias, la creación de empresas multimedia, los grandes imperios informativos, tuvo que adaptarse a las redacciones electrónicas, las bases de datos, las agencias cada vez más especializadas, la digitalización de la información, las autopistas de la información, pero la radio cada día sigue conquistando oyentes. (p.15)

A pesar de los cambios tecnológicos, como el desarrollo de la televisión, la radio siempre ha sabido adaptarse a los cambios e innovar. Se da cuenta que la sociedad no sólo quiere recibir música, sino también ofrecer información, producción de contenidos. Es así como surgen nuevos formatos en función a las necesidades del público oyente, consolidándose propuestas de programación y producción que se dio a inicios en los años 90.

Es así como la radio se va transformando y consolidando como un medio de información a medida que más se profesionaliza, logrando poseer una gran capacidad de penetración, influencia y sugestión en el oyente.

Con la llegada de la primera década del siglo XXI y las nuevas tecnologías, como la era del internet, se crean nuevas formas de comunicación y diversidad de información. En esta era, considerada un nuevo reto para la radio, pudo no solo mejorar sus procesos de producción, transmisión y recepción de la información, sino logró que la relación receptor y medio se hiciera más directa e interactiva.

Para Meseguer (2009):

La radio, como cualquier otro medio de comunicación, se encuentra en estrecha relación con la tecnología, y por este motivo las modificaciones en el modo de producción, distribución y recepción son vitales para su futuro, ya que cambian al mismo tiempo sus hábitos de escucha, su organización y programación, y aceleran la aparición de nuevos servicios. (p.38)

Igualmente la radio se viene adaptando poco a poco al uso de redes sociales, como son el Twitter, Facebook, WhatsApp y Youtube, las que le permiten fortalecer su esencia

comunicativa a nivel de masas. El público demanda ya no solo buenos contenidos informativos, música y entretenimiento sino información instantánea desde el lugar de los acontecimientos.

Con respecto a la radio por internet, Meseguer (2009) sostiene que: “A través de Internet la radio deja de ser un medio exclusivamente unisensorial y puede convertirse más que nunca en un medio de diálogo.” (p.79)

La radio como medio de comunicación tiene hoy un nuevo reto adaptarse a la transición digital, donde deberá fortalecer sus cualidades de inmediatez, su trato personalizado y su credibilidad.

A opinión de Bustamante (2003):

La radio digital tiene enormes posibilidades si no se contempla exclusivamente como la adopción de un estándar, sino por el grado de evolución de todas las tecnologías disponibles y, sobre todo, de las redes digitales. Porque, aunque la adaptación a la norma digital se está haciendo muy lentamente, en la actualidad el proceso de digitalización no parece discutible en la mayoría de países desarrollados. (p.144)

Para Sainz de Medrano (2003):

La incorporación al mundo de la radio de esta nueva tecnología, la digital, ha abierto paso a una nueva concepción del negocio radiofónico y de la manera de hacer radio. Esto se debe no solo a los cambios lógicos que provoca la sustitución de una tecnología por otra, sino a las novedades que incorpora sobre los sistemas

tradicionales de organización y distribución del trabajo, y la producción y presentación de los contenidos a la audiencia. (p.345)

1.1.2 Historia de la radio informativa en el mundo

La radio surge tras la culminación de un siglo de inventos que comprendió el telégrafo, el fonógrafo, el teléfono y el cine. Inicialmente fue creada como telegrafía sin hilos o telefonía sin cable; para pronto adquirir voz.

En sus orígenes la radio nace para facilitar las comunicaciones entre Estados y empresas, pero por sus características su destino sería semejante al del cine y el fonógrafo, estar más cerca de las masas a través de la información, la cultura y entretenimiento.

Faus (1995) expresa lo siguiente:

Desde que en 1906 la radiodifusión se hizo posible gracias a las investigaciones de Lee De Forrest, muchas personas en todo el mundo se interesaron por el nuevo procedimiento de transmisión. Si “los periódicos, usando el teléfono, el telégrafo, el cable o el inalámbrico para conseguir información más rápida”, impulsaron el desarrollo de la radio desde el punto de vista técnico, los radioaficionados contribuyeron a su extensión por todo el mundo una vez conocidas las características del “audiófono” de De Forrest. Europa y Norteamérica se llenaron de mensajes pidiendo contacto con otros radioaficionados. (p.19)

EEUU fue precursor en este campo con la creación de la primera radioinformativa, la KDKA en Pittsburgh en 1920. Los radios fueron evolucionando un aumento de las

emisoras en Norteamérica. Mientras, en Europa, la radio iba siendo cada vez más popular pero no llegó a los niveles de EEUU.

Santos (2004) señala:

Así, el 2 de noviembre del año 1920 en Pittsburg (EE.UU) comenzó a emitir de manera regular la KDKA, que es considerada por muchos autores la primera emisora del mundo de carácter informativo al transmitir un reportaje sobre las elecciones presidenciales americanas y dar a conocer antes que los periódicos el nombre del candidato victorioso Wareng G. Hardin. Estas experiencias se repitieron en numerosos países europeos. Así, en gran Bretaña, en 1920, la estación de Chelmsford que pertenecía a la Marconi Wireless iniciaba sus emisiones con dos programas diarios de información y música. El 4 de noviembre de 1922 se constituye en Londres la British Broadcasting Corporation (BBC) que consiguió el monopolio de la radiodifusión en Gran Bretaña. (p.40)

Sainz de Medrano (2003), comenta lo siguiente:

A diferencia de otros ámbitos, España fue uno de los países pioneros en la puesta en marcha del nuevo medio, cuyo desarrollo comercial se inició durante el quinquenio 1925-1930. Unión Radio, nacida en 1925, creó a finales de la década de los años veinte, el primer programa de noticias o diario hablado de la radiodifusión española, llamado “La palabra”, que consistía en un resumen de noticias de actualidad política, deportiva y cultural. (p.191)

Con la llegada de la frecuencia modulada (FM) descubierta por Edwin Armstrong en 1934, se produjo un cambio radiofónico en el cual se consiguió ampliar ancho de banda, abarcando mucho más campo para establecer una señal más resistente al ruido y a la interferencia.

Santos (2004) explica:

La frecuencia modulada se conocía desde principios de siglo, pero hasta los años 30 no comenzó a utilizarse de modo experimental. El investigador Edwing Armstrong fue uno de los primeros que vio sus ventajas, aunque su puesta en práctica se retrasó pensando quizá que podría ser un obstáculo para el desarrollo de la AM. En estados Unidos las primeras emisiones de FM se realizaron poco antes de la II Guerra Mundial. (p.49)

Tal es el crecimiento de la radio en Norteamérica que en 1933 se funda la Columbia News Service, una agencia de noticias encargada de distribuir la información entre las emisoras existentes en aquel momento en Estados Unidos.

Faus (1995) define: “La creación del Columbia News Service como agencia de noticias destinadas únicamente a la radio abre la segunda etapa de la historia de la información radiofónica.” (p.33)

La radio, al igual que todos los inventos y técnicas ha ido evolucionando y modificando la forma de escucharse y transmitirse.

En la década de 1931 y 1940 la radio alcanza su mayoría de edad gracias a una concepción radiofónica trascendental, fruto del trabajo de cada emisora por encontrar nuevos espacios atractivos a sus oyentes.

El momento sobresaliente del nuevo periodismo radiofónico lo marcaría, el 30 de octubre de 1938, la versión de una obra para la radio, que dirigió Orson Welles de “La guerra de los mundos”, una novela escrita por H.G. Wells en 1898. La transmisión tuvo lugar desde el Mercury Theatre de Nueva York para todas las estaciones de la CBS, y fue con tal realismo dramático, que dos de los doce millones de oyentes creyeron cierta la invasión de la Tierra por sanguinarios marcianos, generándose una reacción de pánico colectivo.

Faus (1995) nos comenta:

La guerra de los mundos, quedó inscrita en la historia y convertida en símbolo de esta época, demostrando: a) la extraordinaria aceptación de los servicios informativos, b) la extensión del medio a nivel de masa, c) la credibilidad que la radio alcanzó en aquellos momentos (y que reforzará en los años siguientes) y d) haber alcanzado el desarrollo técnico suficiente que hizo posible una dramatización perfecta, símbolo de la radio-espectáculo. (p.39-40)

En 1938, también, el servicio internacional de la BBC inició su transmisión de boletines de noticias para otros países en su lengua respectiva (español, francés, italiano, alemán, árabe), algo similar harían la Unión Soviética y la Alemania hitleriana.

Finalmente, la década 1930-1940 sería testigo de la expansión internacional de la radio. Gran Bretaña pionera de la radiodifusión exterior, inauguró sus emisiones “para todos los

pueblos del Imperio”, que cubría todas las colonias británicas repartidas en cinco zonas (África occidental, Sudáfrica, India, Australia y Canadá).

Durante la Segunda Guerra Mundial, la radiodifusión fue un factor clave en la comunicación mostrando su superioridad ante la prensa escrita sometida más fácilmente a la censura, por lo que tomó dimensiones mundiales como la misma guerra.

Faus (1995) hace la siguiente atingencia:

El inicio de la II Guerra Mundial supuso para la radio un lanzamiento apenas imaginado desde la alta posición conquistada por el medio en los años anteriores. Recíprocamente, para la guerra, la radio fue una nueva y muy potente arma que nadie desaprovecho. Ello hizo que en esta etapa, como nunca antes ni después, la radio fuera totalmente instrumentalizada al servicio de la política y el poder hasta deformarla, en gran parte, al borde del caos de los últimos años cuarenta y primeros cincuenta. Pese a ello, la radio llegó al encubrimiento como el más potente medio de información, y a la conquista del mayor índice de credibilidad por parte de la audiencia que jamás haya conquistado medio alguno. (p.44)

En esta época comienzan a perfilarse los géneros informativos radiofónicos y ya no sirven los esquemas lead y cuerpo. Los periodistas destacados están en la calle a la búsqueda de información en directo. Sin redactar, la noticia se relata o se comenta. Se configura el reportaje en vivo con la dramatización como técnica propia.

Faus (1995) resalta que: “El flujo de profesionales del periodismo a la radio, y la rapidez con que ésta consume cualquier tipo de noticia, traen, como consecuencia lógica, que comiencen a perfilarse los géneros radiofónicos.” (p.34)

Después de 1955, las emisoras se empeñaron en buscar las noticias donde se producían y de preferencia de interés local. Esta forma de actuar de las emisoras, revivió el ansia de noticias de la audiencia, hasta el punto de que los sistemas informativos se multiplicaron día a día.

Santos (2004) señala que:

La radio procedía a la búsqueda incesante de la noticia y se incluyen el flash. En el año 1957 la NBC comienza a emitir noticias cada hora con una duración de dos minutos. Esta modalidad con posterioridad pasó a denominarse boletín en titulares. (p.92)

En los años 60 se dio inicio a la búsqueda de una radio especializada influenciada básicamente por el cambio tecnológico de la época.

Santos (2004) sostiene que:

La información marca el ritmo de la actualidad del día y las emisoras rompen los esquemas tradicionales con el fin de cubrir en cualquier momento la actualidad. También hay una tendencia hacia la descentralización de las grandes cadenas nacionales, con el consiguiente auge de la radio local y regional. (p.101)

A partir de 1970, se sentaron las bases de la radio de comunicación, que se reflejó en una programación más flexible: las emisoras rompieron sus esquemas tradicionales de

programación, se potenciaron los informativos, los programas de noticias ganan en calidad y cantidad con la especialización de los comunicadores.

Santos (2004) nos explica:

Los informativos ganan calidad y empiezan a ser presentados por los propios informadores que ya no procedían de la prensa sino de centros especializados. En los últimos años de la década la radio comenzó a sacar sus micrófonos a la calle con el fin de cercarse a la realidad cotidiana y ser testigo directo de los acontecimientos.
(p.108)

En mi opinión, la evolución de la radio ha sido muy diferente en cada continente, mientras Europa o América del Norte han aportado descubrimientos que se han convertido en modelos para los demás países, América del Sur y África han optado por un modelo de radio comunitaria.

1.1.3 Historia de la radio en el Perú

La llegada de la radio al Perú generó grandes expectativas entre el público y la prensa de ese entonces. Un grupo de empresarios forman una sociedad peruana – británica, la Peruvian Broadcasting Company conocidos como “Broadcasters”, introduciendo al país los primeros equipos y transmisores, organizando la primera estación del país, la OAX.

Es así que el 20 de junio de 1925, siendo Presidente de la República Augusto B. Leguía, se da inicio a la radiodifusión en el país. Mientras que en la Plaza de Armas y la Plaza San Martín centenares de ciudadanos guardaban el momento de oír por primera vez una señal de radio. Al caer la noche se dio inicio a la programación con la sonata Claro de Luna de Chopin y la lectura de algunos poemas.

Bustamante (2012) nos ilustra:

Los primeros años de la radiodifusión en el Perú son indesligables de las características señaladas del Oncenio. El gran interés de Leguía por la modernización fue coherente con el apoyo que brindó a la iniciativa de crear una estación de radio en Lima a mediados de la década de 1920. La radio, entonces, era signo de lo nuevo, y un gobierno que se preciaba de moderno no podía ignorarlo. (p.45)

La Peruvian Broadcasting Company trató de hacer comercial a la radio con la venta de publicidad, pero su intento fracasó y quebró a los dos años de fundada. Entonces la Marconi Company, que también era propietaria de los equipos telegráficos del servicio de Correos, entró en tratos con el gobierno para dotar al país de una transmisión de potencia que los vinculara con los demás pueblos.

Es así, que se construyó la moderna Radio Nacional, inaugurada el 30 de enero de 1937 en su local de la avenida Petit Thouars.

A partir de 1935 con el crecimiento poblacional de nuestra capital surgen nuevas radio-emisoras como: Radio Miraflores, Radio Grellaud, Radio Internacional, Radio América,

Radio Alegría, Radio Panamericana, Radio Reloj, Circuito Radio Programas del Perú, entre otras.

Alegría (1993) nos dice:

Como señalamos, este inicio de las emisoras independientes que “hacen radio” no esté exenta de competencia oficial: la vieja emisora del Estado trata de ponerse al día. Desde sus inicios, Radio Nacional ha venido programando radioteatro. Se contentaba, originalmente, con que la radio imitara al teatro. Pero poco a poco la forma radial se impone y el radioteatro va adquiriendo no solo su propia identidad sino también sus propios autores. (p.51)

La radiodifusión en el país se dio en el más completo desorden, ya que no existía una ley por la cual se debía regir. Bastaba solo con solicitar una autorización al Estado para iniciar una transmisión.

En aquella época la programación de la radio peruana era variada, sin un control de la efectividad de la comunicación. En la programación se podía escuchar las primeras transmisiones de partidos de fútbol, los mensajes presidenciales temporadas de ópera, etc.

La radio en el Perú desde sus inicios se vio influenciada por los partidos políticos que se encontraban en el poder. Muchas radios privadas sufrieron censura por los gobiernos de turno, que les impedía ejercer libremente su derecho a la libre expresión.

Con el desarrollo de la radio se dio paso a su industrialización al crearse la "Asociación Nacional de Radioemisoras del Perú" (ANRAP) cuya directiva estuvo integrada por

Antonio Umbert (Radio América), y Ricardo Palma (Radio Miraflores), José Aramburú (Radio Lima), Tomás Padilla (Radio Mundial) y Hernán Miranda (Radio Barranco).

Esta primera asociación fue considerada como una equivalente a la Sociedad Internacional de Prensa (SIP) con sede en los Estados Unidos, sus integrantes asistieron a una Asamblea Constitutiva de la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) que se realizó en México en el año 1946. En ella se definen los estatutos y la declaración de principios.

En 1954, el número de emisoras radiales en el Perú llegaban escasamente a 30, ubicándose la mayoría en la capital. En aquella época los ciudadanos se informaban a través de los “radio periódicos” como el muy conocido y famoso “El Radio Periódico El Mundo” de Juan Ramírez Lazo.

A excepción de Radio Nacional, en aquella época los periódicos eran la principal materia prima de los boletines y de los informativos de las diferentes emisoras radiales. Asimismo, comienzan a destacar los reporteros quienes cubrían casos especiales desde el lugar de los hechos, pero con la desventaja de no informar directamente, sino a través de despachos grabados.

En los años 80 la radio en el país apuesta por una programación informativa descentralizada logrando una mayor participación de la población. La radio ha sobrevivido a pesar de los tiempos a la llegada de la televisión, de la web y de las redes sociales.

El sector radial en el Perú ha tenido un gran crecimiento y en la actualidad las corporaciones radiales compiten constantemente por la audiencia radial. Estas mismas

corporaciones radiales y las no corporativas son cada vez más selectivas con sus radioescuchas, dirigiendo mensajes a grupos perfectamente segmentados e identificados.

Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), al 2017 existen 4.719 estaciones de radio autorizadas a nivel nacional. El informe “Estadísticas de la radio y televisión en el Perú 2017”, señala que las regiones con más estaciones de radio son Cusco (401), Cajamarca (391), Ancash (368) y Lima (336). La mayoría de estas estaciones son del tipo comercial (3.744), seguido de las educativas (958) y comunitarias (17).

¿Quiénes consumen más radio en el Perú?

Según el estudio del CONCORTV “Consumo Televisivo y Radial 2017”, encuesta aplicada a 9.714 hombres y mujeres de 20 ciudades del Perú, el 86% escucha radio durante 02:35 horas en promedio diario (de lunes a viernes). Las ciudades donde más se consume radio son: Puno (95%), Huaraz (94%), Iquitos (92%), Ica y Arequipa (90%).

Este estudio además reveló que el 83% de adultos mayores escucha radio con un consumo promedio diario (de lunes a viernes) de 02:36 horas, siendo los programas que más escuchan: los musicales (70%) y noticieros (56%).

Frente a otros medios como la televisión o los diarios, los peruanos califican a la radio como el medio más plural (29%), más neutral (27%), más cercano a la gente (26%), y el más veraz (25%); sin embargo, también señalan la presencia de contenidos inadecuados como: contenidos violentos (16%), palabras groseras, situaciones de mal ejemplo para la sociedad (14%), discriminación (13%), y frases de connotación sexual (9%).

Asimismo, el 39% de peruanos escucha radio local todos los días, del cual el 81% está satisfecho con sus contenidos. Las ciudades más satisfechas con la radio local son: Trujillo (98%), Lima (85%) y Tarapoto (84%). (Consejo Consultivo de Radio y Televisión-CONCORTV, 2017)

1.1.4 Características de la radio

La radio por sus características de inmediatez, credibilidad, simultaneidad y rapidez se convierte en el medio de difusión más eficaz y oportuno para las transmisiones de sucesos y acontecimientos de importancia nacional e internacional. Y esto no solo porque transmite la información sino porque al profundizar y analizar la noticia permite que el oyente este más informado y puede sacar sus propias conclusiones de determinados temas, convirtiendo a la radio en el medio de información por excelencia.

Meseguer (2009) destaca lo siguiente:

El medio radiofónico posee características que le hacen ser único en cuanto a su forma de emisión, difusión y recuperación aunque todo está en un proceso evolutivo con la introducción de las nuevas tecnologías en donde la radio ocupa un papel relevante. (p.74)

Tales características convierten al medio radiofónico en el más eficaz y mejor medio al servicio de la transmisión de hechos que se producen al instante.

La radio ha logrado gracias a sus características estar más cerca del interés del oyente, primero porque le ofrece la noticia actualizada, desde el lugar de los hechos, veraz y con un lenguaje sencillo.

Así es que tenemos entre sus principales características las siguientes:

Inmediatez: Es el medio más rápido para cubrir la información desde el lugar de donde se producen los hechos, ello gracias también al desarrollo de las nueva tecnologías.

Sainz de Medrano (2003) señala:

La inmediatez de la radio se hace patente cuando apreciamos que las noticias se actualizan constantemente, existe un sucesivo seguimiento de los hechos que siempre aporta datos al mensaje radiofónico inicial, sin limitaciones espaciales y grandes despliegues técnicos y humanos en el lugar de la noticia y sin la utilización de imágenes. (p.74)

Santos (2004) opina sobre la inmediatez de la información lo siguiente:

La información en radio tiene unas características específicas. Es un medio que por su facilidad de manejo cuida y está más presente en los momentos de urgencia como puede ser cataclismos, accidentes, terremotos, incendios, etc. Es capaz de ofrecer unos contenidos con la rapidez e inmediatez que los acontecimientos imponen dentro de las 24 horas del día. (p.63)

Credibilidad: Por la calidad de la información y su actualización, es decir por sus contenidos, la radio se convierte en un medio de gran credibilidad.

Sainz de Medrano (2003) nos comenta:

La capacidad de la radio para transmitir en tiempo real los acontecimientos, el seguimiento constante de la actualidad que realiza, el hecho de que la práctica totalidad de sus programas se realicen en directo y la posibilidad que tiene los protagonistas de las noticias y los oyentes de intervenir y hacer partícipe a la audiencia de sus opiniones son los elementos que hacen de la radio un medio que, de partida, inspira a los oyentes un mayor grado de credibilidad. (p.26)

Económico: Requiere menos inversión que otros medios de comunicación.

Sainz de Medrano (2003) argumenta: “Se trata de una diferencia que atiende a razones económicas: la radio es el medio de comunicación que menos recursos técnicos y económicos emplea para trasladar su discurso comunicativo a la audiencia.” (p.23)

Imaginación: La radio a diferencia de otros medios de comunicación, crea una relación muy personal entre el emisor y el receptor, porque a pesar de no existir imágenes, el interés del oyente es cada día mayor gracias a que la radio logra que el oyente imagine los hechos y sucesos de cada transmisión.

Para Rodero (2005):

El principal potencial del medio radiofónico es, sin duda, su capacidad para estimular la imaginación. Precisamente es la más importante limitación de la radio la que genera su mayor atractivo. Es la ausencia del sentido de la vista, solventada con una adecuada guía sonora, la que posibilita la creación de imágenes visuales que estimula la imaginación. (p.37)

Como vemos, la imaginación parte como un elemento importante de la comunicación entre la radio y el oyente, pues la posibilidad de imaginar los hechos que se narran dan una virtud propia y única a la radio que no posee cualquier otro medio de comunicación.

Flexibilidad y versatilidad: La radio también se caracteriza por su alta flexibilidad en la producción y emisión del mensaje que le permite sacar partido a la instantaneidad y rapidez del medio.

Sainz de Medrano (2003) destaca:

En el proceso de producción la flexibilidad que impone el medio exige una gran versatilidad a sus profesionales, en una doble vertiente: de una parte, para modificar el proceso de producción de una información tantas veces como sea necesario para dar entrada a nuevos datos o declaraciones y, de otras, un alto grado de conocimientos tanto técnicos como periodísticos, para afrontar con garantía los retos que supone alternar o cambiar con elevada frecuencia y sobre la marcha el

tratamiento de distintos contenidos con muy diversos formatos, todo ello en el menor tiempo posible. (p.27)

Compañía: La radio crea sentido de pertenencia, ya que cada oyente toma a la radio como propia al decir “mi radio”. Lo que sin duda es una gran ventaja para la emisora radial ya que el receptor permanece siempre en la audiencia por su apego personal.

Para Sainz de Medrano (2003):

Es precisamente la opción de poder hacer otra cosa mientras se oye la radio, la que la convierte en un elemento de compañía para quién la escucha. Sensación que surge de combinar la palabra, la voz, la música, los sonidos y los silencios, con la finalidad de convertir a la radio en algo más que un simple medio de comunicación, en una compañía. (p.29)

1.1.5 Principales géneros radiofónicos

A las formas diferenciadas de expresar un acontecimiento noticioso, así como sus diferentes enfoques se les denomina “Géneros Periodísticos”.

Son de gran utilidad para los profesionales que describen y analizan los mensajes transmitidos por este medio de comunicación.

A partir de las aportaciones de los géneros periodísticos Informativos, Interpretativos y de Opinión, resulta entonces más sencillo ubicar los géneros radiofónicos.

1.1.5.1 La noticia:

La base de los géneros es la noticia, aquella información de interés para la sociedad. Es el género que con mayor eficacia cumple la función que consideramos prioritaria para el periodista, que es la de lograr informar.

Prado (1985) comenta: “Siguiendo esta línea definitoria amplia, y sin ánimo de exclusividad, podríamos decir que la noticia es la unidad estructural mínima de la información radiofónica, escueta, sencilla y formalmente neutra”. (p.46)

El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor veracidad y objetividad posible cómo se han producido esos acontecimientos o hechos.

Este género es muy utilizado en la emisión de programas de radio de corte netamente musical o de corte informativo. En ella utilizamos formatos denominados “Avances de noticia o microinformáticos” y el “Noticiero Central de Noticias”.

En el “Avance de noticias o microinformáticos” se busca informar los hechos de mayor actualidad y de importancia al público, son de corte breve entre tres o cinco minutos.

El “Noticiero Central de Noticias” es el informativo por excelencia, cuya duración es de 30 a 60 minutos y puede emitirse tres veces al día. El programa consta de tres partes:

principales titulares, cuerpo del informativo y el cierre del informativo con titulares actualizados.

En este noticiero denominado principal no solo se da lectura al desarrollo de los contenidos, sino que a través de la entrevista y el reportaje se busca el desarrollo de la información mediante el análisis y la interpretación.

1.1.5.2 La entrevista:

La entrevista es uno de los géneros periodísticos que más se adapta a las características del medio. Gracias a ello es posible comunicar aspectos de la información con mayor autenticidad que en el medio escrito.

Este género, se convierte en un medio de obtención de información pura entre el periodista y su fuente. Por ello exige una adecuada preparación y un acertado criterio en la selección de las preguntas.

Martinez (1996) define lo siguiente:

La información puede ser presentada o divulgada mediante diferentes modos textuales en función de las posibilidades económicas, de la sección o del modo en que queremos presentar simplemente la información al público. Tampoco es extraño que una "información" se difunda en un primer

momento como "una noticia" y al día siguiente se profundiza en la información en otro modelo textual, una entrevista por ejemplo (...). (p.41)

La entrevista es el género que más se usa en los noticieros radiales, ya que permite que la noticia sea verificada y analizada con mayor rigurosidad y transparencia. Así mismo el desarrollo de ella, permite que el oyente conozca mejor al personaje de la noticia y pueda sacar sus propias conclusiones.

1.1.5.3 El reportaje:

El reportaje es el género radiofónico predominantemente noticioso porque permite la descripción de hechos y acciones de interés para el público oyente, a través de la interpretación y el análisis profundo.

En opinión de Fagoaga (1982): “Los periodistas no sólo reproducen lo que ven y oyen, ejercen también una investigación sobre lo acontecido porque los hechos no se producen descontextualizados de una situación económica, social y política.” (p.11)

Este género demanda constatar varias fuentes con rigurosidad, ya que ello permitirá dar mayor credibilidad al trabajo periodístico que realiza el reportero.

El trabajo de investigación que realiza el reportero sobre un hecho o un personaje de interés suelen ser más largos y completos comparando al simple desarrollo de las noticias. En tal sentido su inmediatez no es importante, ya que son temas conocidos por el público.

El reportaje puede clasificarse en científicos, de investigación, narrativo, interpretativo, autobiográfico o de interés humano.

1.1.5.4 La crónica:

La crónica, es una descripción de la realidad, la narración propia del periodismo literario, se encuentra entre la información y la interpretación. El autor es testigo presencial de los hechos, lo que le permite narrar de manera más detallada la noticia, sin perder las características de claridad, precisión y sencillez.

En este género no se usa la pirámide invertida, ya que muchos cronistas prefieren hacer las conclusiones del tema al principio y luego proseguir con la argumentación a través del todo el texto.

La inmediatez en que se elabora una crónica no debe permitir que el periodista dé opiniones o juicios de valor relacionados con los hechos. El profesional de la información debe evitar enjuiciar, calificar o descalificar.

Sainz de Medrano (2003) concluye:

La crónica en los programas de noticias tiene como objetivo reforzar la importancia o el valor informativo del hecho que se relata, para además de ofrecer información, facilitar al oyente una visión más pormenorizada, original en el enfoque, e incluso mostrada bajo el prisma personal que pueda aportar un especialista en el tema,

conocedor de los personajes y de la trastienda que pueda existir tras los datos más evidentes del hecho. (p.240)

1.1.5.5 La crítica:

El género crítica en radio es una forma de comunicación con el oyente situado entre la información y la interpretación, que básicamente se ocupa de la labor de un artista.

Aunque como crítica tiene la función de valorar la obra, tiene también un carácter informativo, descriptivo y orientador. Ofrece información sobre la obra, la sitúa entre las demás obras del autor, describe el tema y estudia.

Sainz de Medrano (2003) señala:

La crítica es la expresión de la opinión personal de un periodista, normalmente un especialista, sobre un hecho concreto de la actualidad de interés e importancia suficientes, con el objetivo de destacar lo más reseñable del hecho y sus protagonistas: bien sea en negativo o en positivo. (p.241)

1.1.6 El reporterismo radial

El reportero radial es el comunicador inmediato de la noticia, es quien está en el lugar de los hechos cuando está ocurre. La radio a través del reportero siempre está ahí en el lugar de la noticia. Él es quién usando las herramientas que posee informa de manera instantánea,

veraz y con oportunidad los hechos que se producen desde cualquier lugar por más difícil de cubrir que está sea.

García Camargo (1998) precisa lo siguiente:

El reportero, es la persona que busca la noticia; mantiene en contacto permanente con las fuentes de información y está a la caza de los diferentes acontecimientos; indaga, averigua, investiga, para lograr mantener el ritmo de la información en la dinámica propia del servicio informativo al cual pertenece. (p.322)

El reportero cumple una labor muy importante en la radio. Es quién busca la noticia, constata los hechos y recoge las declaraciones de los personajes que producen la noticia o de los testigos de la misma.

Johnson y Harriss (1976) destaca:

La preparación del reportero, especialista si se halla refugiado por su experiencia, conduce a múltiples oportunidades. La especialidad de investigar, la habilidad de interpretar, el uso profesional del lenguaje, sus valores auxiliares de una mente disciplinada en cualquier campo donde se le empleé. (p.15)

De su profesionalismo, y del buen manejo que haga de la información que recabe, hará que la noticia que difunda llegue al oyente con la mayor claridad, veracidad y transparencia posible.

1.1.7 Cualidades y funciones del reportero radial

En opinión de Álvarez Baltierra (1996): “La noticia es la materia prima del trabajo del reportero; sus pocas líneas alertan al oyente sobre los hechos que van conformando la realidad y a partir de ella se puede generar programas enteros.” (p.81)

La información difundida en radio nos obliga a cuidar la redacción para este medio con una técnica especial, y diferente a la de otros medios de comunicación como son la prensa escrita y la televisión. Se requiere el uso de un lenguaje claro, sencillo y convincente a los oyentes.

El reportero debe destacar por su imparcialidad al momento de informar con objetividad, veracidad, claridad y credibilidad.

A criterio de Johnson et al (1976): “El reportero debe poseer amplios conocimientos de política, economía, sociología y una sólida cultura general. Necesita poseer, a fin de tener actitud para rechazar investigaciones de todo género y dignificar su profesión.” (p.16)

La credibilidad del periodista que difunde la noticia dependerá de la actitud, exactitud y veracidad de sus informaciones

El periodista tratará de acercar la realidad con el máximo de detalles, para lo que es imprescindible aportar datos, pruebas y testimonios que conviertan las informaciones en imparciales. Todas las noticias deben responder a las clásicas preguntas: qué, quién, cómo, dónde, cuándo, por qué.

Kapuscinski (2003) opina:

El periodista tiene el mismo objetivo que siempre: informar. Hacer bien su trabajo para que el lector pueda entender el mundo que lo rodea, para entenderlo, para enseñarle, para educarlo. Pero en mi opinión el verdadero periodismo es el contacto vivo con la gente y con los sistemas; ese conocimiento directo constituye la base del reportaje serio. (p.87)

Debe reunir todos los elementos de juicio para que el oyente valore. El derecho del oyente a ser bien informado debe primar, a fin de que pueda sacar sus propias conclusiones.

Las noticias deben ser verificadas siempre, de ser posible por varias fuentes informativas.

1.1.8 La producción radial

La producción radiofónica nace del proceso de planificación, investigación y elaboración de programas radiofónicos, cuyos temas planteados sean de mayor interés y credibilidad para la audiencia. En ese sentido y en opinión de Manfredi (2000): “El conjunto de esas técnicas de trabajo, mecanismos de toma de decisiones, sistemas de organización y control de calidad confirman lo que llamamos Producción Periodística.” (p.18)

La producción debe poner en práctica las diferentes técnicas operacionales que le ofrece el periodismo radial, ya que si desconoce la confección de un guión o la utilización del lenguaje radiofónico, difícilmente podrá obtener buenos resultados.

La producción radial deberá tener siempre en cuenta que la elaboración de un programa radial entre más dinámico, ágil y de interés social sea, será el de mayor captación de audiencia.

La propuesta de temas de la producción radial debe tener como meta principal atraer al oyente, generando expectativas que promueva que este siga en sintonía desde el lugar donde esté.

La mayoría de los programas de las emisoras radiales cuentan con el apoyo de un cuerpo de productores, sin los cuales sería imposible la emisión de muchos proyectos que proponen las diferentes emisoras.

El conocimiento y buen manejo en la transmisión de los contenidos es esencial en la relación que la producción tiene con los diferentes programas y su puesta en marcha.

1.1.9 El rol del productor periodístico

La labor del productor de radio si bien es una labor en “la sombra” es la de mayor importancia, es el corazón y las venas de todo programa radial.

El productor periodístico es el responsable de los contenidos de toda información, noticia o entrevista que sale al aire, por lo que debe ser un gran investigador, un profesional actualizado, amigo del diálogo, un excelente relacionista público y con habilidades para solucionar situaciones imprevistas.

Hausman, Benoit y B. O'Donnell (2001) proponen que: “La eficacia real en la producción de radio requiere compromiso profesional, experiencia, creatividad y un cierto sentido de aventura. Una producción verdaderamente efectiva lleva el sello de su productor. Es única.” (p.18)

Un productor periodístico debe contar con características esenciales para el desempeño de su función, como ser creativo, tener poder de persuasión, paciencia y perseverancia. Así mismo debe tener pasión por lo que hace, con una inteligencia práctica y abierta a todos los temas.

Para Mario Kaplun (1998): “La eficacia de la comunicación depende de la capacidad empática del comunicador (...) es la capacidad de ponernos en la piel del otro, de sentir como él, de pensar como él, de “sintonizar”, de ponernos en su misma onda.” (p.99)

El buen productor debe tener la capacidad de entender al destinatario de identificarse con él, de familiarizarse con él, sólo así podrá llegar a él con los contenidos de los programas que quiere hacer realidad, buscando su empatía.

Un buen productor no es el que posee más números para hacer llamadas, sino el que sabe cómo y dónde buscar, generando los contactos necesarios para lograr los mejores resultados en la producción radial.

Keith (1992) afirma lo siguiente:

El trabajo del director de producción (o de cualquier persona que esté en un puesto que implique labores de producción) requiere una combinación única de técnicas y

cualidades. Para poder cumplir las responsabilidades que conlleva este cargo, la persona designada debe poseer múltiples conocimientos. (p.41)

1.1.10 Etapas de la producción radiofónica

La producción radiofónica es la puesta en marcha de técnicas diferentes, así como el conocimiento de los instrumentos radiofónicos y características específicas que identifican al medio, a fin de lograr un programa radial con contenidos que interesen a los radioescuchas.

Para lograr ello es importante también conocer las posibilidades del lenguaje radiofónico y su riqueza expresiva, que permitirán la elaboración de un producto final acorde con los objetivos de lograr una buena producción radial.

En el lenguaje radiofónico sin la existencia de un código o conjunto de normas que den sentido a ese lenguaje difícilmente podemos hablar de comunicación. Para ello nos valdremos de la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio.

En el libreto del programa, en la redacción de los textos debe primar el lenguaje oral no y no literario, ya que muchas veces las noticias son alimentadas por medios impresos. Deben ser redactados de forma sencilla y clara.

En el trabajo de producción se suceden una serie de ciclos, vinculados unos con otros, que permiten que el equipo de producción vuelva constantemente sobre las etapas anteriores. La

producción es el trabajo organizado que se inicia desde la concepción hasta la evaluación final tras la puesta al aire del programa, consta de tres etapas, que son la pre-producción, la producción o realización y la post-producción.

1.1.10.1 La Preproducción:

Esta etapa es de singular importancia porque en ella vamos a definir los temas centrales que van a guiarnos en todo el proceso de producción y al que deberemos recurrir durante todas los ciclos de ésta, ya que en ella definiremos las cosas más generales que van a guiar el trabajo de producción.

En la preproducción primero debemos definir los aspectos de importancia que nos guiarán en la elaboración de las siguientes etapas. Nos plantearemos las siguientes preguntas: ¿qué es lo que queremos hacer?, ¿cómo lo vamos a realizar?, ¿a quién lo vamos a destinar?, ¿con quiénes contaremos en la hora de producir?, ¿con qué recursos contamos?, etc.

En opinión de López (1995): “La selección previa de las fuentes se convierte, en el proceso de producción periodística, en una fase clave para materializar una oferta informativa veraz, seria, honesta y profunda.” (p.36)

Toda esta etapa se conoce como la de planificación y puesta en marcha de las propuestas que queremos plasmar en un programa radiofónico. Para ello también debemos tener siempre presente preguntas básicas ¿cómo?, ¿qué?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿para quién?, ¿dónde?, etc.

En esta fase también se realiza la redacción del guión o pauta del material que vamos a presentar en la etapa de realización. La edición, también es un aspecto importante en esta etapa, teniendo en cuenta la presentación del programa, entrevistas grabadas u otros bloques que tendremos en cuenta para enriquecer el programa.

Es importante tener en cuenta qué noticias salen al aire y el tratamiento que se da al contenido de la información. En mi caso como productora de prensa de Radio Nacional del Perú, he usado algunos criterios a fin de contar con un buen servicio informativo, en tal sentido he priorizado noticias de importancia principalmente las que conciernen al desarrollo nacional, así como las que tienen que ver con hechos políticos ,económicos, sociales, culturales y deportivos. Sin olvidar las noticias de carácter internacional.

Hemos priorizado el orden de las noticias, ubicando cada noticia en su contexto es decir en secciones, a fin de que el oyente pueda estar debidamente informado, contando además con entrevistas y comentarios adicionales que ayuden al receptor a comprender la noticia y pueda formar su propia opinión de los hechos que se difunden.

En la planificación es necesario tener presente el tema que queremos tratar, las características de la audiencia a la que queremos conquistar, el tiempo que durará el programa, la hora que se emite, las fuentes que vamos a elegir para desarrollar el tema, el formato que vamos a usar de acuerdo al programa planeado.

Mayoral (2009) destaca:

Las fuentes de información tienen un enorme peso en la propia información periodística. Si las fuentes son buenas la información también lo será. Si están bien

utilizadas el periodismo o el periodista podrán sentirse mucho más seguros de haber realizado bien su tarea. (p.16)

La investigación es esencial, es el paso previo para realizar la producción de un programa de radio. Se trata de una búsqueda organizada de conocimiento y análisis de las ideas existentes, observando y correlacionando datos, que nos permite una averiguación metódica de respuestas.

Para Tramezzani (1996) es importante tener en consideración que:

Decimos, entonces, que una de las claves del proceso de producción es la documentación, y en especial las nuevas tecnologías en la materia, por ejemplo la teledocumentación y la gran variedad de redes informativas, en particular ésta red de redes de los que todos hablan hoy: internet. (p.168)

Una vez que hemos acumulado toda la información necesaria que nos demandó la planificación general, pasaremos a la selección de los objetivos que nos guían desde la primera etapa.

El productor elaborará el proyecto, comenzando con la descripción del mismo, objetivos, estructura, organización, previsión de costes, tiempos, etc. Este proyecto será la columna vertebral de todo lo que venga a continuación.

Es aquí donde comienza el proceso de elaboración del programa a realizar. Mientras más detalles conocemos de nuestra audiencia mejor será el resultado de nuestra planificación.

1.1.10.2 La producción:

Es la fase de “*estamos en el aire*”, es la etapa en que se pone en juego todo lo preparado en la etapa de la pre-producción y es cuando nos daremos cuenta si lo que elaboramos está o no de acuerdo a lo planificado.

Aquí se evidencia lo planificado en la etapa de la preproducción, el trabajo en equipo, la capacidad de improvisación, el conocimiento de los contenidos y la espontaneidad.

En esta fase el productor demuestra sus habilidades y conocimientos, su capacidad de improvisar y hacer cambios de última hora en el guion o libreto. Es el responsable de la calidad del producto final.

Tomemos en cuenta también que tras ponerse “*en el aire*” el programa, la planificación podría no cumplirse como lo habíamos propuesto, en muchos casos por la espontaneidad propia de la radio. Es aquí donde aparecen las capacidades para modificar sobre la marcha lo planificado.

En ese momento el productor pondrá en marcha sus cualidades como el conocimiento profundo del tema a comunicarse, su capacidad de memoria, el conocimiento de los contenidos y la direccionalidad de los objetivos que quiere cumplir.

Finalmente, cabe destacar, que el resultado de la producción no sería posible sin el buen trabajo del equipo de producción y del grupo que cumple funciones básicas como el operador, los locutores y los conductores del programa, que nos permitirá una salida al aire de manera ordenada y prolija.

1.1.10.3 La Posproducción:

La fase de posproducción es la etapa final de la evaluación del programa donde se procede a la autoevaluación, que nos permite cuestionar qué tal salió el producto, qué debemos mejorar, qué se cumplió o no de la planificación y qué propuestas nuevas se deben de incluir.

Debemos evaluar si el programa cumplió con el objetivo de ser entendido por el público oyente, si el formato utilizado fue el adecuado, así como los contenidos. Así mismo, el interés que despertó o no en la gente, los aportes que el programa puede hacer a la sociedad y si le programa cumplió con los objetivos de la radio.

1.1.11 Radio Nacional del Perú

Hablar de Radio Nacional del Perú, hoy a sus 81 años de haber sido inaugurada, es hablar del importante capítulo de los inicios de la radiodifusión peruana.

“La radio está más cerca de la gente”, dice un slogan publicitario, y es cierto desde sus inicios Radio Nacional del Perú estuvo y está muy cerca de sus radioyentes, desde los años 20.

La primera emisora del Perú en sus inicios revolucionó el mundo de las comunicaciones tan igual como hoy lo genera la creación de nuevas tecnologías.

Según relatos históricos, el 15 de junio de 1925, se realizó la primera transmisión de la la OAX AM, propiedad de la Peruvian Broadcasting Company, estación radial pionera. Siendo inaugurada por el presidente Augusto B. Leguía el 20 de junio del mismo año, pasando a depender del Estado a partir del año 1926.

Augusto B. Leguía al inaugurar la radiodifusora expresó las siguientes palabras:

Bustamante (2012) explica que: “La inauguración de este magnífico servicio de radiodifusión, es la prueba más concluyente de que el progreso del Perú marcha a grandes pasos hacia un porvenir que por ahora no podemos siquiera vislumbrar.” (p.31)

Acorde a los tiempos de modernidad que se comenzaba a vivir en esa década, el Estado decidió construir una poderosa estación, similar a las mejores radiodifusoras de la época y que no sólo serviría para la difusión de las actividades oficiales del Estado, sino también como entretenimiento y difusión de la cultura popular.

La famosa firma inglesa Marconi Wireless Telegraph Co. Ltda. fue la encargada de suministrar el equipamiento para la instalación de la moderna y potente estación radiodifusora Radio Nacional del Perú.

El 30 de enero de 1937, luego de renovarla y equipar el local que ocupa en la actualidad, el entonces presidente Óscar R. Benavides la reinauguró, puesto que Augusto B. Leguía ya la había inaugurado en 1925.

Desde su nacimiento, Radio Nacional del Perú OAX-4A habría de cubrir con sus transmisiones todo el territorio nacional, gracias a la potencia de los equipos instalados y la

eficiencia técnica de sus propios estudios, desde donde empezaron a irradiarse programaciones de hondo contenido nacionalista, educacional y cultural.

La estación Radio Nacional del Perú OAX-4A, inició su programación con despachos oficiales de Palacio de Gobierno, el Congreso, la Catedral, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, además de coberturas deportivas e hípcas.

Los primeros locutores fueron Luis Marchand, Julio Garazatua, Juan Fernández Stoll, Rosa Hernando y Juan Sedó, quien dio inicio a las primeras transmisiones deportivas; era equipo al que más tarde se uniría el legendario Augusto Ferrando con sus transmisiones hípcas, desde el hipódromo de Santa Beatriz.

Asimismo, la primera emisora mantuvo al país informado sobre los principales sucesos nacionales e internacionales como el fin de la Segunda Guerra Mundial, el fallecimiento del Papa Juan XXIII, las cumbres presidenciales, y todo aquello que forma parte de nuestra moderna historia.

Bustamante (2012) destaca:

Radio Nacional tuvo un buen comienzo en el periodo en que tuvo a César Miró como director y a Roberto Cruzalegui como jefe de producción. Bajo el lema “la educación al alcance de todos” se impulsó la Universidad del Aire con clases dictadas por distinguidos intelectuales. (p.458)

Rememoradas son también sus transmisiones de conciertos en vivo, recitales que se presentaban en el auditorio central. Por allí desfilaron grandes talentos como Ima Súmac,

Jesús Vásquez, Chabuca Granda, la Orquesta Sinfónica Nacional, y los internacionales Libertad Lamarque, Los Panchos, Pedro Infante, entre otros.

Radio Nacional del Perú a lo largo del tiempo ha tenido una activa participación en el sostenimiento de nuestras fronteras vivas, apoyando los esfuerzos del Estado peruano por cimentar la peruanidad en las lejanas y difíciles zonas de frontera.

Durante muchos años Radio Nacional fue líder de la radiodifusión peruana, sin embargo la preferencia de la gente no ha sido tan fácil a lo largo de estos años, por lo que ha tenido que hacer frente a los embates de la modernidad gracias a sus 60 filiales y estaciones repetidoras quienes han sido sus mejores aliadas, lo que ha permitido que su programación llegue a todos los rincones del país, donde aún la competencia no puede dominar.

Hoy Radio Nacional del Perú atraviesa una nueva etapa con la repotenciación y modernización tecnológica de sus equipos, con un personal que cada vez más capacitado y con una programación moderna, acorde con los objetivos del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP) de llegar a todos los peruanos con mayor información, educación, cultura e entretenimiento y sobre todo fomentando nacionalismo y peruanidad.

(IRTP está conformado por tres medios de comunicación de propiedad del Estado peruano: TV Perú, Radio Nacional del Perú y Radio La Crónica).

1.1.11.1 Funciones:

Radio Nacional del Perú en estas ocho décadas ha cumplido una función integradora mediante su señal, que cubre todo el país.

A nivel nacional ha priorizado la difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de entretenimiento.

Así mismo viene impulsando la producción y emisión de programas con el objetivo de promover las expresiones multiétnicas y pluriculturales de la Nación que permitan la integración y afirmación de la identidad nacional de todos los peruanos

1.1.11.2 Visión:

La visión que Radio Nacional del Perú comparte con el Instituto de Radio y Televisión del Perú es la siguiente:

“Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.”

1.1.11.3 Misión:

La misión que Radio Nacional del Perú comparte con el Instituto de Radio y Televisión del Perú es la siguiente:

“Generar y difundir contenidos audiovisuales de calidad, que promuevan la identidad nacional y el bienestar de los peruanos, a través de nuestras plataformas de comunicación.”

1.1.12 Rol de un productor de prensa de Radio Nacional

La función que cumple un productor periodístico en una emisora del Estado como lo es Radio Nacional, conlleva una serie de responsabilidades que día a día debe cumplir para poder lograr los objetivos que persigue esta empresa radiofónica, como son el de informar con transparencia, objetividad y veracidad, hacer que la difusión de la educación, la salud y la cultura estén en la programación de la información, entre otros temas de interés.

El productor de Radio Nacional debe tener como meta generar contenidos que busque contactar audiencias en distintos segmentos de la población a nivel de Lima y del interior del país. Esta posibilidad de expansión de los contenidos se viene dando también hoy a través del uso de redes sociales o avanzando hacia la radio digital por un tema de inmediatez muy fuerte que hoy representa.

La participación del productor en la creación de contenidos de un programa de radio es vital, porque garantiza los medios necesarios que se necesita para que un programa sea exitoso.

Los productores tenemos la obligación de desarrollar ideas de contenido y programas que identifiquen el espíritu de la emisora y satisfagan las expectativas del oyente. Por ello tendremos siempre presente, que el buen uso del lenguaje de forma sencilla y clara es fundamental para explicar los mensajes..

Martinez (1989) llega a la siguiente conclusión: “Un buen periodista por consiguiente, no tiene la función de educar ni enseñar magistralmente a nadie. Pero sí tiene la responsabilidad social de no rebajar los niveles culturales de su pueblo.” (p.47)

La programación está dirigida a todo tipo de público, enfocando principalmente la programación radial en la difusión de nuestra historia, valores y sentimientos de peruanidad.

Los principales objetivos de la producción radial son llegar a las zonas más alejadas del país, llevando la información más completa de los sucesos que hacen noticia en el país.

La producción siempre trata de comunicar mensajes acorde con la filosofía de la emisora que busca informar, formar y crear conciencia en la opinión pública.

En la realización de un noticiero radiofónico tenemos como fin primordial además de informar, buscar no perder la audiencia y para ello jerarquizamos la trascendencia e importancia de las noticias. Cuando se piensa solamente en llenar el tiempo que se tiene, y

se difunde cualquier noticia, la calidad y la producción desaparecen del programa peor aún la credibilidad del programa se desvanece.

En los servicios informativos de Radio Nacional se viene dando una mejora sustancial en el manejo de los contenidos, priorizando temas de interés de la comunidad a nivel nacional, pero aún hay mucho por hacer. El tema de la descentralización en la producción de espacios noticiosos a cargo de los mismos autores de cada región está aún lejano de ponerse en práctica.

En cuanto al trabajo de producción, este podría mejorar grandemente si se creará un equipo que realizará reuniones de trabajo para la investigación y puesta en marcha de los programas periodísticos. Hoy en día solo un productor es el que se hace cargo de la producción y ejecución del programa periodístico.

Finalmente en cuanto a la producción de contenidos sería muy importante para el tema de descentralización, que las estaciones repetidoras de provincias de Radio Nacional, puedan manejar sus propios contenidos en cada región.

1.1.13 Programas Principales en el Año 2018

- La voz del consumidor

- A mi manera

- El informativo

- Somos familia

- Diálogo abierto

- Otra vez Avilés con Lucy Avilés

- Tierra que canta

- Súbele el volumen

- Déjame que te cuente

- Canto rodado

- La hora de Alicia Maguiña

- Encuentros en la radio

- Qué fue de tu vida

- Sumaq takiy

- Para todos

CAPÍTULO SEGUNDO

2. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

2.2.1 Sobre mi experiencia como reportera radial (1981 - 2007)

2.2.1.1 Reseña del centro laboral:

Radio Nacional del Perú es la empresa de comunicación radial que pertenece al Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), sus instalaciones están ubicadas en la Av. Petit Thouars 447 - Santa Beatriz. Cuenta con 63 trabajadores, entre periodistas, técnicos y personal administrativo.

Desde hace 81 años Radio Nacional del Perú ha sabido mantener a miles de peruanos informados de los acontecimientos nacionales e internacionales llegando con sus señales a todo el país en las bandas 103.9 FM y en la 850 AM.

Radio Nacional del Perú se identifica con el lema “La radio que nace cada día” porque dentro de su programación busca llegar a todos los peruanos con mayor información, educación, cultura e entretenimiento, y sobre todo fomentando nacionalismo y peruanidad.

Sus 31 programas han obtenido buenos resultados, las que han creado “bastiones de sintonía” en el segmento económico-poblacional C y D, el llamado “Perú rural”. Eso se refleja en las llamadas, cuando ponen los micrófonos al aire, el 90% de las llamadas son del interior.

Las 60 retransmisoras permiten a Radio Nacional del Perú estar presente en más del 60% del territorio de nuestro país en la frecuencia modulada, además de su señal en amplitud modulada. A ello se le suma la retransmisión de sus espacios que hacen los gobiernos locales y regionales.

El éxito del noticiero matutino en quechua “Ñuqanchik”, que transmite en simultáneo RNP con TV Perú, ha sido noticia internacional. Lo ha sido también el noticiero en lengua aymara “Jiwasanaka” que se transmite desde la 5.00 am. a todo el país por la ondas de Radio Nacional del Perú y TvPerú.

Radio Nacional, consolidará sus proyecciones de crecimiento con dos proyectos que empezarán a ejecutarse a partir del presente año 2018, como son la consolidación de un centro de producción descentralizada la que permitirá los programas en lenguas originarias y la repotenciación de los equipos de prensa.

Radio Nacional tiene también entre sus metas para el presente año repotenciar la señal de las zonas muy remotas del país, principalmente en las zonas de fronteras, crear una red informativa con mayor incidencia en las noticias regionales.

Mi labor en el departamento de prensa de Radio Nacional del Perú es la de productora de la primera edición del Noticiero “El Informativo” que se difunde desde las 6.00 am 9.00 am de lunes a viernes.

Radio Nacional cuenta con tres ediciones noticiosas de 6.am a 9.00 am, al medio día de 12.00 pm a 13.00 pm y de 19.00 a 20.00 pm, así como micro informativos cada media

horas de tres a cinco minutos. Los sábados se emite “Diálogo abierto” espacio de análisis de las principales noticias de la semana, que va de 8.00 am a 10.00 am.

La programación general de Radio Nacional está dirigida a realizar programas de música nacional, educativo, salud, económico, defensa del consumidor, regional, cultural, informativa entre otros las 24 horas del día.

2.2.1.2 Recomendaciones para un reportero:

Antes de comenzar a detallar mi experiencia profesional en Radio Nacional del Perú, como reportera de prensa (1981 - 2007), quisiera destacar lo que un reportero debe tener en cuenta para cubrir y desarrollar un hecho que hace noticia.

En principio debemos ser objetivos, acercándonos con la mayor exactitud a los hechos y acontecimientos, procurando la menor subjetividad posible.

Los reporteros tenemos el deber de actuar con ética, con respeto a los hechos y a nuestros oyentes.

Lo que nunca un reportero debe olvidar para el buen ejercicio de su profesión, es el estar “correctamente informado”, para ello es indispensable la lectura de diarios, escuchar y ver noticieros nacionales e internacionales, así como también la lectura de la Constitución Política del País y el Código Civil, entre otras lecturas que le ayudarán a desempeñar mejor su trabajo periodístico.

Todo reportero en su labor diaria de buscar, investigar y descubrir la noticia, tendrá siempre en cuenta el cruzar y verificar la información antes de lanzarla al aire. Debemos estar dispuestos a la rectificación de la noticia difundida.

Los reporteros que cubran fuentes fijas (Palacio de Gobierno, Congreso de la República o Poder Judicial), así como fuentes locales, policiales o deportivas, además de estar actualizados de los temas principales del país, deberán contar con una agenda propia que contenga el número de sus fuentes informativas oficiales o no, a fin de que pueda indagar y verificar la noticia.

La elaboración de toda información debe ser hecha con objetividad, imparcialidad y claridad, a fin de lograr la credibilidad del oyente.

Nuestros despachos informativos no deben tener un exceso de datos, ya que el receptor no podrá valorar lo que ya ha escuchado por la fugacidad del mensaje.

Los signos de puntuación que empleamos, como el punto y la coma, serán básicos para una perfecta narración de la noticia, permitiéndonos una mejor recepción del aire y una buena entonación.

El reportero debe cultivar su léxico mediante la continua lectura, lo que le permitirá una adecuada narración de los hechos que está informando.

La especialización del reportero de acuerdo a las fuentes que cubre es de gran importancia para el desempeño de su función.

2.2.1.3 Mis inicios:

Mi experiencia profesional se inicia desde el año 1981, en que concluí mis estudios universitarios, para luego dar paso a este mundo del quehacer periodístico, iniciando mis prácticas en Radio Nacional del Perú.

Me inicié como reportera de prensa de notas locales cubriendo el acontecer diario de esa época cuando el país atravesaba una crisis social y económica que había dejado la dictadura militar y el inicio del terrorismo.

Pocos meses después asumí la fuente del Congreso de la República y posteriormente la de Palacio de Gobierno, donde desde el año 1982 al 2007, siempre fueron mis fuentes adscritas.

Cubrí en ese entonces (1982 - 1985) las actividades del Gobierno del Presidente Fernando Belaunde Terry. En aquella época la radio no podía estar al margen de la grave crisis económica que pasaba el país y los recursos para ejercer la labor periodística eran escasos, casi no había papel, no teníamos pasajes para salir de comisiones, faltaba el agua y la luz, era una época de mucho sacrificio para los periodistas de esa casa radial, aun así me las ingeniaba para transmitir y hacer llegar la noticia de la radio al oyente.

Pero sin duda no solo el esfuerzo en poder cumplir con el trabajo asignado a diario, me fue permitiendo ser considerada como titular de fuentes tan importantes como Palacio de Gobierno y el Poder Legislativo sino mi interés en seguir adquiriendo conocimientos para poder estar al día en todos los temas que demandaba mi trabajo periodístico.

En agosto del año 1982 fui nombrada como periodista permanente de Radio Nacional con retroactividad al primero de 1° de enero del mismo año en que se me contrato como reportera. Cumplí esta función periodística desde ese año hasta el 2007, en que fui designada como productora de prensa del noticiero central, cargo que desde esa fecha a la actualidad tengo bajo mi responsabilidad.

2.2.1.4 Masacre de 8 periodistas en Uchuraccay – Ayacucho:

En 1° enero de 1983 llegué a la Ciudad de Huamanga, enviada especial de Radio Nacional para cubrir las acciones de violencia y asesinato que en ese entonces Sendero Luminoso venía imponiendo en esa región ayacuchana. Estuve hospedada en el Hostal Santa Rosa, lugar donde en ese entonces servía de hospedaje y refugio a los hombres de prensa que eran destacados a Ayacucho y que a diario competían por lograr “la primicia” de la noticia, sin importarnos la seguridad personal. En ese lugar de la sierra se vivían momentos de gran peligro, la población campesina y las autoridades locales eran asesinadas, sino apoyaban la ideología criminal de Sendero Luminoso.

En esta ciudad realicé labores de cobertura de prensa de las acciones de violencia que se suscitaban por parte de Sendero Luminoso. Acompañada por un reportero gráfico de la Revista Caretas, Oscar Medrano y otro del Diario Ojo, nos dirigimos una madrugada al Distrito de Acos Vincho, en ella pude obtener información de los campesinos sobre el

accionar de los terroristas que permanentemente acosaban a la población, a través de juicios populares, sentenciando a muerte a los hacendados y las autoridades ayacuchanas.

La cobertura de las noticias las realizaba a través de reportajes periodísticos enviados a través del hilo telefónico, los que eran grabados en estudios para ser luego ser transmitidos al aire. Los despachos de las noticias contenían siempre audios de entrevistas a campesinos ayacuchanos anónimos o autoridades militares, grabadas previamente por una grabadora pequeña que era proporcionada por la empresa. En el tratamiento de la noticia, busqué siempre, que los contenidos no fueran tan descriptivos sobre los hechos de sangre que se producían en las localidades ayacuchanas, sin olvidar la objetividad y la transparencia que debía dar al hecho noticioso. El uso de la “pirámide invertida” privilegió el manejo de la información que enviaba a diario a Lima. Comunicación que algunas veces duraron entre seis a diez minutos por la importancia de la información.

El 26 de enero de 1983, ocho periodistas, un guía y un comunero fueron asesinados por un grupo de campesinos de Uchuraccay, una comunidad de las alturas de Ayacucho. Este suceso es considerado la mayor tragedia del periodismo nacional.

Tras conocerse la trágica noticia, se me designó nuevamente para viajar, de ser posible, acompañando a la comisión investigadora nombrada por el Presidente Fernando Belaunde, la que estaba encabezada por el escritor Mario Vargas Llosa e integrada por los directores de los principales medios de comunicación de Lima.

Llegue al Aeropuerto Jorge Chávez sin invitación alguna cuando ya estaba por despegar el avión fletado por el diario la República. En ese momento los periodistas se retiraban tras cubrir la noticia del viaje de la Comisión Investigadora presidida por el escritor Mario

Vargas Llosa; fue entonces que no paré de correr hasta llegar al avión y subir las escalinatas con el corazón en la boca, pensando que sería invitada a retirarme por no estar en lista de invitados. Grande fue mi sorpresa, ya que tras preguntarme la azafata a que medio representaba, me dijo *¡la estamos esperando! ¡está por despegar el avión!*.

Fue así como llegué nuevamente a Huamanga, al descender la comitiva oficial de la nave, se produjo un enfrentamiento entre los periodistas y los militares que obstaculizaban la labor de la prensa. Tras el llamado al orden a ambos grupos, Mario Vargas Llosa y los directores de los principales diarios se enrumbaron en helicópteros oficiales a las alturas de Uchuraccay para investigar lo sucedido a los 8 periodistas, un guía y un comunero. Mientras que en el Cuartel de los Cabitos en Huamanga, el general EP Clemente Noel y Moral -jefe político-militar de Ayacucho- confirmaba en conferencia de prensa la muerte de 8 periodistas, un guía y un comunero en las alturas de Uchuraccay.

Las víctimas, fueron los periodistas Eduardo de la Piniella, Jorge Sedano, Amador García, Luis Mendívil, Félix Gavilano, Pedro Sánchez, Octavio Infante y Willy Retto, su guía, Juan Argumedo y el comunero uchuraccaíno Severino Huáscar Morales, quien trató de defender a los periodistas.

Los periodistas fueron asesinados cuando se dirigían hacia Huaychao, una comunidad vecina de Uchuraccay, a averiguar por la muerte de siete presuntos senderistas a manos de los comuneros del lugar, ocurrida unos días antes (el 20 de enero).

Los hombres de prensa sospechaban que los autores de esas muertes eran las fuerzas del orden. Desconocían que entre las comunidades se había puesto en marcha un plan que promovía la liquidación de todo sospechoso de pertenecer a la subversión.

La comisión investigadora presidida por Mario Vargas Llosa, en su informe final concluyó que los campesinos eran los únicos responsables, lo que fue siempre rechazado por los familiares de las víctimas, que sostienen aún hoy en día, que hubo militares "infiltrados" que azuzaron el linchamiento.

El crimen quedó impune, ya que al cabo de 4 años sólo se condenó a 3 de los 18 comuneros que fueron sindicados como autores directos del crimen.

2.2.1.5 Motín del penal “ El Sexto”:

Estuve como reportera también en la develación del motín del penal “El Sexto”, ocurrido el 27 de marzo de 1984, donde un grupo de reclusos tomaron el penal ubicado en el centro de Lima.

El motín fue protagonizado por algunos de los más peligrosos delincuentes del país, Luis García Mendoza ‘Pilatos’ y Eduardo Centenaro Fernández ‘Lalo’, los que tomaron a 20 rehenes y exigieron que se les facilitase un autobús para abandonar la cárcel.

Al no satisfacerse sus demandas, los amotinados prendieron fuego a uno de los rehenes y dispararon a otro un tiro a bocajarro en el abdomen. Un rehén que intentó huir fue hasta 10 veces apuñalado y otro fue públicamente degollado.

La tragedia vivida en el penal El Sexto, alcanzó niveles extremos de crueldad y evidenció el poder de los medios de comunicación. Durante 15 horas la televisión transmitió “en vivo y en directo” uno de los hechos policiales más sangrientos ocurridos en el Perú.

Mi labor como reportera no me hizo medir el peligro y abandoné el techo del Colegio Guadalupe ubicado en la avenida Bolivia, lugar de concentración de la prensa y me camuflé con la policía, para estar lo más cerca a la salida de los rehenes y de los propios internos, momentos en que puse en peligro mi vida, cuando ingresó el pelotón de develamiento del motín.

En aquella época no era posible transmitir para radio directamente desde el lugar de los hechos, toda la información de la que estaba siendo testigo, ya que la telefonía móvil no existía en el Perú, llegaría años después en los 90 al país. Teníamos entonces que estar en constante movimiento para lograr llegar a una cabina telefónica y ahí mediante fichas telefónicas denominadas “*rin*” enviar la información al control de la radio.

En aquella oportunidad los hechos que se suscitaban dentro y fuera del penal *El Sexto*, no podían dejar de ser descritos por los actos de violencia que se producían a cada momento. Mi jefe de informaciones de aquella época me pedía todo el realismo que debía darle a la nota, teniendo en cuenta, que la televisión estaba transmitiendo en vivo. Trate de ser lo más objetiva posible al describir los hechos sin caer en el “sensacionalismo” que en ese momento los demás medios hacían uso.

El motín fue develado por miembros de la Guardia Civil donde muriendo 22 internos, se cree que este fue planeado por Sendero Luminoso ya que al interior había internos de dicha facción.

2.2.1.6 Visita del papa Juan Pablo II al Perú.

Otras de las comisiones que más me impactó en mi labor periodística, fue la visita oficial del papa Juan Pablo II a nuestro país en febrero de 1985, visita de cinco días.

Cubrí las actividades oficiales del santo padre en cuatro lugares de la ciudad de Lima, como en el Callao, donde se reunió con enfermos e incapacitados. En Villa El Salvador, donde realizó la misa oficial ante miles de fieles. En el Atrio de la Catedral de Lima, donde se reunió con sacerdotes y diáconos, y finalmente, la visita al Seminario Santo Toribio de Mogrovejo en el distrito de Pueblo Libre.

Era un primero de febrero de 1985, cuando el santo padre pisó tierra peruana siendo recibido por el presidente Fernando Belaunde Terry, quien cumplía su última etapa al frente de un complicado gobierno, con la amenaza creciente de Sendero Luminoso, una economía golpeada por la inflación y los esfuerzos del país por recuperarse del fenómeno El Niño de 1983.

Pero estos problemas no alejaron a Juan Pablo II, quien optó por visitar ocho regiones. En Lima, Callao, Trujillo, Arequipa, Cusco, Ayacucho, Piura e Iquitos, miles de fieles lo recibieron con fervor y esperanza.

En aquella oportunidad la cobertura periodística que debía de darle a la visita del Santo Padre a nuestra capital, se enmarcó en despachos previos, usando esta vez los equipos de transmisión de aquella época, los que eran manejados por uno o dos técnicos de radio antes que se iniciará la transmisión oficial. Luego de recopilar la información ya en la redacción

de la radio, previa edición de los audios y la redacción de notas, estas eran lanzadas al aire en los noticieros o en los boletines informativos.

La redacción de las notas para radio en aquella época si bien debían contar con la objetividad, claridad, transparencia y sencillez en su redacción, eran muchas veces muy largas, sin diferenciarse en la mayoría de los casos de las notas de periódicos. Las notas para radio tenían entre cuatro a cinco párrafos a diferencia de hoy que son solo de dos párrafos.

2.2.1.7 Estatización de la banca:

El 28 de julio de 1987, el presidente de la República Alan García Pérez al cumplir dos años de gestión en el poder propuso en su mensaje a la Nación ante el Congreso de la República la “Estatización de la banca”

Alan García fundamentó en ese entonces que el sistema financiero en el Perú era un poderoso instrumento de poder económico e influencia política que obstaculizaba la democratización de la producción y la acumulación del excedente.

Nunca un mensaje presidencial tuvo un impacto tan fuerte en la ciudadanía como la del joven presidente Alan García, quien anunció que iba a nacionalizar y estatizar la banca privada en el Perú. La propuesta causó un terremoto político fue el fin de una alianza entre empresarios y le gobierno y movilizó a miles a las calles.

Pero para los políticos y economistas de la época, las razones reales que sustentaron la estatización de la banca fue el manejo económico del gobierno que tenía preocupantes falencias como el descontrol de la tasa de inflación, así como las tensas relaciones con el sector empresarial.

Fui testigo como periodista que tal decisión motivó que cientos de ahorristas acudieran masivamente a las entidades del sistema financiero a retirar su dinero ante el temor de que este fuera confiscado. Así mismo, los sectores más conservadores del país salieron a protestar por la decisión gubernamental. Entre los manifestantes había intelectuales como Mario Vargas Llosa, quien encontraría en su rol de activista la plataforma que lo llevaría a tentar, sumamente empoderado, la presidencia de la República peruana en el año 1990.

Alan García no esperó la aprobación de la ley y mediante Decreto Supremo decretó la intervención. Posteriormente, la decisión del gobierno se formalizó mediante la Ley N° 24723, que declaró de interés social la actividad de servicio público de empresas bancarias, financieras y de seguros.

Posteriormente, debido a la presión política y empresarial, la norma fue revisada por el Senado, tras lo cual se neutralizaron sus efectos y la estatización de la banca no sé logro concretar. Finalmente, en el año 1990, el gobierno de Alberto Fujimori derogó la referida norma.

2.2.1.8 Violento terremoto de 7,9 grados Richter que azotó Pisco e Ica:

En mi carrera profesional, una de las comisiones que significó mucho en mi experiencia como reportera radial, fue la cobertura informativa que realicé en el sur chico del país azotado por un violento terremoto que dejó grandes pérdidas humanas y materiales.

El 15 de agosto de 2007, hace algo más de 10 años, el Perú vivió una de sus peores tragedias, el terremoto de 7.9 grados que azotó Pisco e Ica.

El sismo dejó 595 personas muertas, 192 mil viviendas destruidas, miles de damnificados y un proceso de reconstrucción que todavía continúa.

Fueron duros momentos para la cobertura informativa que tenía que hacer la prensa nacional, los periodistas que fuimos destacados además de ver la desolación y muerte que había dejado el violento terremoto, nos veíamos imposibilitados de ayudar con agua y comida a cientos de personas que nos pedían ayuda. Fueron tres días sin probar ningún alimento, con una botella de agua que debía durar lo más posible, sin servicios higiénicos y teniendo como colchón el duro cemento.

Estuve asignada a seguir al presidente de la República Alan García quien llegó a Pisco y declaró en emergencia dicha zona, en entrevista exclusiva para Radio Nacional el jefe de Estado dio cuenta de las pérdidas humanas y materiales que hasta el momento se desconocían como consecuencia de tan violento terremoto.

Contando con los adelantos de la tecnología en aquella oportunidad pude dar a conocer en directo las graves consecuencias en pérdidas humanas y materiales, que había dejado el violento terremoto en las zonas de Cañete, Chincha, Pisco e Ica.

Los periodistas que habíamos llegado desde Lima, tuvimos como centro de información el Aeropuerto de Pisco, lugar también de concentración de las autoridades del Estado, conjuntamente con los equipos de auxilio y rescate de Defensa Civil y otras instituciones nacionales y extranjeras.

La cobertura que realicé en ese entonces fue a través de despachos informativos o entrevistas en vivo, sobre la ayuda que llegaba a la zona siniestrada, las personas afectadas y con las autoridades del gobierno.

Me encontré frente a días de intenso trabajo periodístico, por la cobertura que Radio Nacional del Perú dio a las noticias que se suscitaban y en especial a contribuir a mantener permanentemente informada a la población sobre la ayuda que llegaba a la zona, las medidas que se dictaban y sobre todo, alertando a la población sobre la prevención que debían tener en caso de réplicas u otro movimiento sísmico igual o de mayor magnitud.

2.2.1.9 Fuentes de cobertura periodística:

Cómo un recuento de mi experiencia profesional puedo decir también que he cubierto las actividades del presidente de la República Fernando Belaunde Terry (1982 - 1985), del presidente Alan García Pérez en su primer gobierno (1985 - 1990), el primer gobierno de

Alberto Fujimori (1990 - 1995), siendo designada reportera de Secretaria de prensa de Palacio de gobierno en su primer año de gestión.

En Europa, en octubre del año 1990 integré la comitiva de prensa del entonces presidente Alberto Fujimori. Cubrimos primero en Bruselas –Bélgica, reuniones con organismos internacionales, en Madrid la visita oficial a los Reyes de España Juan Carlos I y Sofía de Grecia. Posteriormente llegamos a Roma-Italia a la ciudad del Vaticano para la visita oficial al papa Juan Pablo II .Finalmente estuvimos en Paris para la visita oficial de Estado al presidente de Francia Francois Mitterrand.

Posteriormente cubrí las actividades del ex-presidente Alejandro Toledo, del año 2001 al año 2002, y el segundo gobierno de Alan García en su primer año 2006-2007.

He cubierto permanentemente todos estos años de experiencia profesional la fuente del Congreso de la República, donde creo yo han sido mis mejores años de aprendizaje, por los temas que se tratan en el Poder Legislativo, que son de gran de importancia para el desarrollo del país.

En esta fuente informativa del Poder Legislativo, la labor que cumple un periodista adscrito es de gran responsabilidad e importancia, por lo que deberá estar siempre bien preparado en los diversos temas del país. Conocer la hermenéutica parlamentaria, es decir los procedimientos parlamentarios, a fin de realizar una buena labor informativa.

EL desarrollo de la labor informativa que cumple un periodista en el Poder Legislativo conlleva a una preparación, día a día, de la labor parlamentaria. De las funciones de este Poder del Estado, de sus congresistas, de las diferentes comisiones de trabajo, de la labor

que cumple la comisión permanente y de las comisiones investigadoras, es decir saber todo sobre la hermenéutica parlamentaria.

He sido dos veces miembro de la junta directiva del Circulo de Cronistas Parlamentarios en la gestiones de los periodistas Segundo Nuñez y Dante Alva, como secretaria de relaciones internacionales y secretaría de actas.

Integré en el año 2004 el Consejo Directivo del Colegio de Periodistas de Lima cuyo Decano elegido fue el periodista Oscar Vargas Romero.

He viajado por mi trabajo periodístico acompañando a los presidentes al interior y exterior del país, tanto en Sudamérica, como Norteamérica y Europa.

He cubierto en Chile, Colombia, Ecuador, Brasil y México la asunción de los nuevos mandatarios de estos países.

Desde el exterior la cobertura informativa que he realizado ha sido casi siempre en vivo desde cabinas instaladas para la prensa o en diferido a pocos minutos de llevarse a cabo la noticia.

2.2.2 Experiencia profesional como productora de prensa en Radio Nacional del Perú (2007 a la actualidad)

Afines del 2007 fui designada como productora de prensa de Radio Nacional, un reto que asumí sin saber la importancia real de ese cargo pero que gracias a mi experiencia como reportera de política y a los estudios realizados, he podido conducir creo que con acierto.

He sido productora de la primera edición del noticiero central matutino de Radio Nacional del Perú desde fines del 2007 hasta la actualidad marzo de 2018.

Me inicié a cargo de la producción de prensa a partir de finales de 2007, cargo que me fue asignado por en ese entonces por el gerente de Prensa de Canal 7 periodista Alfredo Donayre.

Impulse importantes cambios en la elaboración de la agenda de entrevistas para el noticiero radial, procuré que los contenidos informativos fueran transmitidos con responsabilidad, transparencia y objetividad.

Logré ampliar la participación de los invitados de todas las tendencias políticas e ideológicas, a fin de captar la credibilidad y el respeto del público oyente. Se dio mayor presencia a la participación de los corresponsales regionales. En aquella época no existía un equipo de producción, ni siquiera un asistente, por lo que yo sola asumía la producción general.

Pusimos énfasis en los despachos en vivo de los reporteros, desde las distintas fuentes de información. Procuramos que los mensajes fueran de temas de importancia para el oyente, con la objetividad y transparencia que debían ser emitidos.

No existía en aquella época reuniones de prensa, para evaluar el trabajo que se venía desarrollando tanto en la producción del programa, como en el trabajo mismo de prensa. Evaluación que de haberse dado habría contribuido aún más al crecimiento del programa informativo en esos tiempos.

Desde el 2012 el periodista Alberto Ku King asumió la Dirección de Prensa, y tras una evaluación a mi labor, me reconfirmó nuevamente como productora del noticiero “Nacional en la noticia”, que era transmitido de lunes a viernes de 6:00 am a 9:00 am.

Hice también producción de televisión en el Programa “Desde la radio” con el periodista Alberto Ku King, que se transmitía a través de 7.3 noticias de TVPerú de lunes a viernes en el horario de 8.30 am a 9.00 de la mañana. El corte del programa periodístico estaba ligado a lo que se denominó la plataforma de nuestro noticiero de ese entonces “Nacional en la noticia” por casi año y medio de duración, desde el 2014 a mediados de 2016.

El programa tenía como objetivo dar a conocer temas de fondo político, social y cultural que fueran de interés coyuntural. Con invitados en vivo, como políticos, analistas en materia política y económica, sí como historiadores, médicos y educadores, etc.

La producción del programa tenía como fin primordial ampliar la noticia del día, buscando el análisis profundo de los hechos. Para ello me reuní en las primeras semanas con Alberto Ku King, para plantearle los temas de coyuntura o los que él consideraba eran temas a tratar en el programa, los invitados que debían participar, así como la investigación que debíamos de hacer de los temas elegidos para nuestros invitados. Poco después asumí totalmente la producción del programa.

El 11 de setiembre del año 2017 me hice cargo de la producción de un nuevo noticiero “El Informativo” de Nacional, de lunes a viernes de 7:00 am a 9:00 am.

La intención de este nuevo formato es darle más realismo a la noticia, con comentarios de actualidad, con entrevistas en vivo, pensando siempre en el interés del oyente, con la participación de reporteros y corresponsales desde el lugar de los hechos y con todo el entusiasmo de poder lograr una mayor audiencia, gracias a que la información que brindamos sea oportuna veraz y trascendente.

La labor de producción de nuestro noticiero requiere en primer lugar de una pre-producción donde radican todo las propuestas y planes que de aprobarse se convertirán en el programa final, buscamos los temas a cubrir, principalmente aquellos de gran interés sea social, económico o político, los invitados que participarán en vivo, así como los despachos de los reporteros a lo largo de todo el informativo.

En esta etapa suceden una serie de ciclos que nos brindan una cierta flexibilidad para avanzar y regresar, a fin de corregir errores que se puedan presentar y que nos permitan a su vez enriquecer el trabajo de producción.

Antes que nada, debemos planificar que es lo que deseamos hacer, como lo vamos hacer, a quien lo vamos a destinar, el tiempo que durara el programa, el horario en que se emite, etc. Todas estas preguntas nos servirán para planificar bien el trabajo general de producción, que a su vez lo nos permitirá elaborar los objetivos que va a guiar nuestra producción final.

Procederemos luego la etapa de investigación radiofónica que es de suma importancia para el conocimiento y el análisis de nuestra ideas. Las fuentes con las que contamos para nuestra investigación.

Una vez recopilada toda la información solicitada de acuerdo a la planificación general, decidiremos su utilización. En esta etapa se procede también a la redacción del guión o pauta que vamos a presentar.

Es de suma importancia tener en cuenta el tratamiento que se da a los contenidos de la información, así como que noticias se deben priorizar, a fin de dar un buen servicio informativo.

En el momento de la producción, que es cuando lanzamos el informativo, debemos de estar atentos al libreto que manejamos y siempre alertas ante cualquier cambio inoportuno o de emergencia que se pueda producir.

En esta etapa nos damos cuenta si lo propuesto en la preproducción está conforme a lo planificado. Recordemos que por su instantaneidad y simultaneidad la planificación a veces no se cumple, por tanto a la hora de planificar tenemos también que prevenir los cambios que se puedan presentar.

Finalmente en la posproducción analizamos las deficiencias o los aciertos que tuvimos en la producción del programa. Siempre el productor debe estar atento a la información que se produce en el ámbito nacional e internacional, debe ser oportuno, amable y comunicativo, estar propenso a recibir críticas y halagos, debe ser un gran administrador de la información.

En esta etapa final procedemos también a evaluar críticamente la tarea de todos los que forma parte de la producción y de su puesta al aire, lo que nos permitirá ir mejorando cada vez el programa.

El noticiero “El Informativo” de Radio Nacional tiene como metas, lograr llegar a más peruanos con un producto comunicativo, claro, sencillo, transparente y objetivo, donde la información sea el atractivo del oyente.

Por eso las principales noticias en nuestro noticiero son analizadas cada mañana por destacados analistas políticos, abogados y especialistas en diversas materias que ayudan a que los radioescuchas puedan formar su propia opinión en materias de su interés personal.

CAPITULO TERCERO

3. CONCLUSIONES

1. La radio, a pesar de los grandes avances tecnológicos, alcanzados en el presente siglo, continúa siendo el medio de comunicación más eficaz y directo que tiene el oyente, por sus características de inmediatez, veracidad, credibilidad, instantaneidad, bajo costo y poder de incentivar la imaginación del receptor, que la convierten en un potente medio comunicacional.

2. La radio por sus características, la función social que desarrolla y su enorme capacidad de influencia, se constituye hoy en día en un instrumento formidable de comunicación y el de mayor uso de masas a nivel mundial.

3. Los géneros radiofónicos son de gran efectividad para expresar un acontecimiento noticioso, describirlo, analizarlo y explicarlo. La noticia es el género que con mayor eficacia cumple la labor de informar, seguida de la entrevista que nos permite ampliar la información con mayor autenticidad y finalmente, el reportaje que nos lleva a analizar e interpretar de manera más profunda la noticia.

4.- La producción radiofónica es la puesta en marcha de técnicas diferentes, así como del conocimiento de los instrumentos radiofónicos y las características específicas que identifican al medio, a fin de lograr un programa radial con contenidos que interesen a los radioescuchas.

5.-Sin la planificación responsable y profesional en la producción radiofónica, los programas y los contenidos, no podrán satisfacer las expectativas del oyente y mucho menos podrán identificar el “espíritu” de la emisora.

6. En los ciclos de la producción radiofónica, la planificación y la investigación cumplen un rol único y fundamental para la realización y puesta en marcha de un buen programa radiofónico, porque permiten planear que queremos hacer y buscar toda la información necesaria para conocerla y explicarla.

7. El buen uso del lenguaje radiofónico y su riqueza expresiva, permite la elaboración de un producto final acorde con los objetivos de lograr un buen programa radial.

8. La participación del reportero en un programa informativo es fundamental, por ser quién desde el lugar de los hechos, reúne todos los elementos de juicio con imparcialidad y objetividad para que el oyente sea quién valore la noticia. El derecho del radioescucha a ser bien informado debe primar a fin de que pueda sacar sus propias conclusiones.

9. Todo reportero en la labor diaria de buscar, investigar y descubrir la noticia, debe tener siempre en cuenta el cruzar y verificar la información antes de lanzarla al aire. Así mismo debe estar dispuesto a la rectificación de la noticia difundida.

10. Los profesionales de la radio además de ser altamente capacitados, tenemos también la responsabilidad social del uso correcto en la utilización del idioma, en este caso del lenguaje radial, lo que nos permitirá que los contenidos lleguen al radioyente con mayor eficacia y claridad.

CAPÍTULO CUARTO

4. FUENTES DE INFORMACIÓN¹

4.4.1 Referencias bibliográficas

1. ALEGRIA, Alonso (1993). *O.A.X Crónica de la Radio en el Perú (1925-1990)*. Lima, Perú: Radioprogramas Editores.
 2. ALVAREZ, Luis (1996). *El reportero de prensa y radio: manual de técnicas y procedimientos*. Santiago de Chile, Chile: Universidad Diego Portales.
 3. BUSTAMANTE, Emilio (2012). *La Radio en el Perú*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
 4. BUSTAMENTE, Enrique (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: Industrias culturales en la era digital*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
 5. Consejo Consultivo de Radio y Televisión (2017). *13 de febrero: Día Mundial de la Radio. Estadísticas de la Radio y TV en el Perú 2017*. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/noticias/13-de-febrero-dia-mundial-de-la-radio-2/>
 6. FAGOAGA, Concha (1982). *Periodismo interpretativo: el análisis de la noticia*. Barcelona, España: Mitre.
-

7. FAUS, Angel (1995). *La Era Audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Barcelona, España : Ediciones internacionales Universitarias
8. GARCIA, Jimmy (1998). *El Mundo de la Radio*. Quito, Ecuador: Ciespal
9. HAUSMAN, Carl; BENOIT, Philip y B. O'DONNELL, Lewis (2001). *Producción en la Radio Moderna*. México D.F., México: International Thomson Editores.
10. JOHNSON, Stanley y HARRISS, Julian (1976). *El reportero profesional*. México D.F., México: Trillas.
11. KAPLÚN, Mario (1998). *Una Pedagogía de la Comunicación*. Madrid, España: De La Torre.
12. KAPUSCINSKI, Ryszard (2003). *Los cinco sentidos del periodista: estar, ver, oír, compartir, pensar*. México D.F., México: Fondo de cultura Económica PROA.
13. KEITH, Michael (1992). *Técnicas de Producción de Radio*. Madrid, España: Instituto Oficial de Radiotelevisión española RTVE.
14. LOPEZ, Manuel (1995). *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
15. MANFREDI, Juan Luis (2000). *Manual de producción periodística*. Sevilla, España: MAD.
16. MARTINEZ, Fernando (1996). *Herramientas Periodísticas*. Salamanca, España: Librería Cervantes.

17. MARTINEZ, José (1989). *El lenguaje periodístico*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
18. MATEOS SAINZ DE MEDRANO, Vicente (2003). *La radio: voz, sonido e información*. Madrid, España: Universidad Antonio de Nebrija.
19. MAYORAL, Javier (2009). *El uso periodístico de las fuentes en radio y televisión*. Madrid, España: Editorial Universidad Camilo Jose Cela.
20. MESEGUER, Angel (2009). *La Radio del Siglo XXI. Un Medio Interactivo*. Madrid, España: EuroEditions.
21. PRADO, Emilio (1985). *Estructura de la Información Radiofónica*. Barcelona, España: Editorial Mitre.
22. RODERO, Emma (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid, España: Cátedra.
22. SANTOS, Maria Teresa (2004). *Periodismo Radiofónico*. Bilbao, España: Editorial Universidad del País Vasco.
23. TRAMEZZANI, Pablo (1996). *En el aire: producción integral de radio*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Docencia.

CAPITULO QUINTO

5. ANEXOS

5.5.1 Fotos



















