

**UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROPUESTA INNOVATIVA DE DESARROLLO:**

“Elaboración de un nuevo formato para la producción de noticieros radiales”

Basado en la investigación de “Aceptación y Actualidad de los noticieros radiales en la ciudad de Quito. Casos de las radios: Quito, Democracia, La Luna y Visión”

**PRESENTADA POR:**

Beatriz Anilema Maldonado

Sonia Juelas Ortiz

**Para obtener el Título de Licenciatura en Comunicación Social**  
**con especialidad en Desarrollo**

**DIRECTOR DE TESIS:**

MARITZA JIJON

QUITO, 2004

## DEDICATORIA

CON CARIÑO, RESPETO Y GRATITUD A NUESTROS PADRES, HERMANOS Y  
ESPOSO, QUIENES NOS BRINDARON SU APOYO Y ESTIMULO PARA LA  
REALIZACION DE NUESTRA TESIS DE GRADO



## INDICE

<i>INTRODUCCIÓN</i>	5
<i>MARCO GENERAL DE LA PROPUESTA</i>	8
<b>ESQUEMA DE CONTENIDOS</b>	<b>16</b>
<i>CAPITULO I</i>	<i>18</i>
1.1. COMUNICACIÓN	18
1.2 FUNCIONALISMO Y ESTRUCTURALISMO EN COMUNICACIÓN	20
1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL	23
1.4 COMUNICACIÓN DE MASAS / AUDIENCIAS	24
TIPOS DE AUDIENCIAS	26
OPINIÓN PÚBLICA	30
1.5 COMUNICACIÓN PÚBLICA	32
1.6. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	34
1.6.1 COMUNICACIÓN: PRODUCCIÓN O REPRODUCCIÓN	37
1.7 LA COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO	40
<i>CAPITULO II</i>	<i>42</i>
2.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA RADIO	42
2.2 ESTRUCTURA DE UN NOTICIERO RADIAL	43
2.3 LA INFORMACIÓN Y ESTUDIO DE LA NOTICIA	45
2.4 LA NOTICIA	46
2.5 PRINCIPIO DE LA NOTICIA	47
La Oportunidad.-	47
La prominencia.-	47
La proximidad.-	48
La correspondencia.-	48
El interés humano.-	49
2.6 LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA	49
2.7 OBTENCIÓN DE LA NOTICIA	50
2.8 ESTRUCTURA DE LA NOTICIA	52
LA PIRÁMIDE CONVENCIONAL.-	52
PIRÁMIDE INVERTIDA.-	54
2.9 MANEJO DE LA NOTICIA RADIAL	55
2.10 EL DISCURSO DENTRO DE LA NOTICIA	56
<i>CAPITULO III</i>	<i>59</i>
3.1. DISEÑO METODOLÓGICO	59
3.1.1 ESTUDIO DE CASOS	59
3.1.2 ESTRUCTURA OPERATIVA DEL NOTICIERO PRIMERA PLANA DE RADIO QUITO	60
3.1.3 ESTRUCTURA OPERATIVA DEL NOTICIERO “BUENOS DIAS” DE RADIO VISIÓN	62
3.1.4 ESTRUCTURA OPERATIVA DEL NOTICIERO “LA CLAVE” DE RADIO LA LUNA	63
3.1.5 ESTRUCTURA OPERATIVA DE RADIO CADENA DEMOCRACIA GENIAL F.M.	64
3.1.6 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS NOTICIEROS	65
3.2 APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	71

<b>3.3 RECOLECCION Y TABULACION DE DATOS</b>	<b>73</b>
<b>3.4 INTERPRETACION DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS</b>	<b>93</b>
<b>3.4 INTERPRETACIÓN ENCUESTAS POR SECTORES</b>	<b>98</b>
<b>3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>108</b>
<b><i>CAPITULO IV</i></b>	<b><i>112</i></b>
<b>4.1 NUESTRA PROPUESTA</b>	<b>112</b>
<b>4.1.1 PROPUESTA DE NOTICIERO RADIAL</b>	<b>114</b>
<b>4.1.2 ESQUEMA PROGRAMA 1 “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 1)</b>	<b>116</b>
<b>4.1.3 LIBRETO 1 DE NOTICIERO “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 1)</b>	<b>117</b>
<b>4.1.4 ESQUEMA PROGRAMA 2 “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 2)</b>	<b>125</b>
<b>4.1.5 LIBRETO 2 DE NOTICIERO “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 2)</b>	<b>126</b>
<b><i>BIBLIOGRAFIA</i></b>	<b><i>132</i></b>
<b>ANEXOS</b>	

## INTRODUCCIÓN

La función principal para el comunicador ha sido relatar los acontecimientos de actualidad, y aunque es indudable el valor social que tiene la información escueta, los medios no han hecho más que alejarse de aquella idea de que la información es vital para el funcionamiento de la democracia. El papel de los medios no debe ser solo informar, sino hacerlo de manera entretenida, sin embargo, han ido apareciendo gran cantidad de emisoras locales, varias de éstas dedicadas a la producción de noticieros radiales, que al querer ser los primeros en difundir una noticia, no verifican bien los datos y, no hacen más que repetir información procedente de otras emisoras o canales televisivos, lo que refleja la falta de una investigación profunda de un acontecimiento. Estos noticieros no trabajan bajo una estructura determinada, la improvisación es el principal ingrediente, y a esto añaden - en varias ocasiones- comentarios negativos en detrimento o beneficio de ciertas personas involucradas en el ámbito público o político, lo que confunde al oyente.

Según Elizabeth Colton -antropóloga y periodista- hay tres cosas diferentes que son importantes y pueden ser universales: “primero, el papel del periodismo es informar al público de todo lo que es de interés colectivo; segundo, los medios deben decir la verdad de la mejor manera posible; y para obtener eso viene la tercera cosa: independencia, lo cual es muy difícil”<sup>1</sup>. Los medios son propiedad de alguien que tiene intereses, pero los noticieros deben ser independientes de la opinión o punto de vista de su dueño.

---

<sup>1</sup> Colton, Elizabeth, “La democracia es información para el público”, artículo extraído de “Diario El Comercio” del 29 de noviembre de 1999.

Nuestra investigación basada en encuestas, refleja que los medios radiales no cuentan con suficiente audiencia, debido a que se cree que no son confiables en un ciento por ciento, los acontecimientos no son en su mayoría reales, y son meras repeticiones de otros noticieros; y finalmente son los medios televisivos los que acaparan la mayor atención. Ante esta situación, nuestra propuesta se refiere a la elaboración de un nuevo formato de programa, cuyo objetivo es: brindar información objetiva, útil y entretenida. Adicionalmente, sugerimos que los noticieros radiales no sean improvisados, sino que sigan una estructura que vaya acorde con las necesidades actuales.

Nuestro trabajo está dividido en cuatro capítulos:

El primer capítulo se refiere a la comunicación en diferentes ámbitos, cómo afecta a la audiencia, y cómo se la concibe hoy en día; debido a que existe una mala interpretación por parte de los medios entre comunicar e informar, y asimismo cómo éstos confunden informar con impactar.

El segundo capítulo se refiere a la historia de la radio, y estudio de la noticia, sus partes, manejo y discurso, lo que es parte fundamental, ya que la investigación se enfoca a la situación de los noticieros radiales.

En el tercer capítulo se encuentran el diseño de la investigación efectuada, la respectivas estructuras de los cuatro noticieros; así como el análisis comparativo de estructuras. Esto permite conocer el tratamiento que se da a las noticias en diferentes emisoras. Se encuentra asimismo las técnicas de investigación, recolección y tabulación de la información, interpretación de los resultados del estudio.

En el cuarto y último capítulo se presenta una propuesta con un enfoque distinto, de forma que los noticieros radiales tengan mayor acogida. La realización de la

propuesta se efectúa de acuerdo con los resultados obtenidos el estudio y seguimiento que hicimos de las cuatro emisoras estudiadas (Radio Quito, Visión, La Luna y Democracia) y las encuestas referentes a noticieros radiales. Enfatizamos que cada emisora debe tener personal (reporteros) para realizar sus propias investigaciones y no repitan noticias que proceden de otras fuentes. El objetivo de la radio debe ser brindar información válida a la sociedad. Adicionalmente, se encuentra un libreto de nuestra propuesta.

## MARCO GENERAL DE LA PROPUESTA

**Tema:** Aceptación y Actualidad de los noticieros radiales en la ciudad de Quito.

Casos de las radios: Quito, Democracia, La Luna y Visión

**A) NOMBRE DE LA PROPUESTA INNOVATIVA:** Elaboración de un nuevo formato para la producción de noticieros radiales

### **B) IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INICIAL:**

Los medios de difusión en su afán de llegar a un público prácticamente heterogéneo, y con ello ubicarse en un alto rating de sintonía recurren a diversas estrategias como son la publicidad de sus programas, y de forma especial los noticieros, en los que supuestamente ofrecen veracidad, objetividad, inmediatez, en fin, un cúmulo de títulos sugerentes que muchas veces confunden a la audiencia. En la ciudad de Quito, por ser la capital del Ecuador, hay una saturación de medios y noticieros con formatos arcaicos lo que genera confusión en los oyentes al momento de seleccionar un noticiero e inconformidad por encontrar siempre lo mismo, en cuanto a información se refiere. Esta saturación ha hecho que opten en su mayoría por los medios alternativos, ya que estos cuentan con un nuevo enfoque en la construcción de procesos y, por lo tanto, en la concepción de comunicación.

Estos noticieros tradicionales parecen haber olvidado que "noticias es aquello que es nuevo, interesante y verídico.... *nuevo* en cuanto es un relato de acontecimientos que el oyente no ha oído antes- o una puesta al día de una historia que le es familiar. *Interesante* en el sentido de que el material es importante o que le afecta de alguna manera. *Cierto* porque tal como esta

relatada, la historia es correcta"<sup>2</sup>Es cada vez mas recurrente la necesidad de que estos noticieros tradicionales deben innovar sus formatos y estilos y a la vez adecuarse a las necesidades informativas-comunicacionales de un mundo cada vez más cambiante y exigente. La propuesta que presentamos aquí es innovadora porque quiere captar una nueva forma de estructurar los noticieros radiales, desde la comunicación alternativa. Para ello indagaremos en la audiencia ¿cuál es el noticiero más escuchado? Si ¿satisface o no la información que ofrecen?, también conoceremos ¿que sugiere el público que escucha los noticieros para mejorarlos?. Nuestra propuesta tiene como objeto de estudio a la audiencia de tres barrios de Quito (Sur, centro y norte), teniendo en cuenta que factores como la ocupación, profesión, nivel cultural, sexo, edad, etc. influyen enormemente a la hora de escoger un noticiero sea radial o televisivo.

Marco Vinicio Escalante se refiere a que la clasificación de los públicos responde al interés en determinados programas, de ahí que las noticias, música, puede interesar a un público heterogéneo. Señala que la variedad ocupacional puede ser un factor que lleve a que un oyente preste mayor atención a noticias de hechos o personajes que coincidan con su marco de referencia o sus intereses, pero no se puede decir tampoco que haya un noticiero o programa musical tipo para cada una de las profesiones.

Con lo anteriormente mencionado es que específicamente nos referiremos a la importancia que tienen o han alcanzado los noticieros radiales en esta ciudad, es necesario saber si realmente son escuchados los noticieros radiales en la actualidad y determinar a que se debe ello.

---

<sup>2</sup> Mcleish, Robert, "Técnicas de Creación y Realización en Radio", Editorial Pablo de la Torriente, La

### C) JUSTIFICACIÓN

Esta propuesta es importante, porque nos permitirá conocer sobre qué estructuras están trabajando los medios en los noticieros radiales. Si bien es cierto que el fenómeno del consumismo es algo que se encuentra presente en todos los ámbitos de una sociedad en la actualidad, los propietarios de los medios deben considerar que el afán de lucro no es lo que lleva a un medio a tener éxito. La programación de un medio debe ser un aporte para la ciudadanía, y no limitarse a ser una copia de otros medios, que es lo que ocurre en varias instituciones, y conlleva a una pérdida de credibilidad.

Varios informativos radiales que se transmiten en el Distrito Metropolitano, utilizan publicaciones impresas como la principal fuente y recurso para cubrir el tiempo destinado a este espacio, limitando el accionar de las emisoras en la producción de noticias; no obstante, vamos a analizar el manejo periodístico sobre la estructura de los noticieros en los informativos de las radios: Quito, Democracia, La Luna y Radio Visión, debido a que estas radios son muy conocidas en el medio, cuentan con un alto rating de sintonía, y sus estilos entre si difieren relativamente.

"El periodista radial necesita establecer empatía con su público para merecer ser escuchado, atendido, creído, y respondido. Cuando establece empatía, el receptor siente como suyo el mensaje y lo decodifica más fácilmente"<sup>3</sup>. Escalante reitera que "de nada sirve pretender ser útil cuando no se conocen las verdaderas

---

Habana, Cuba, 1989, pag. 83

necesidades y costumbres del público al que se quiera servir. En el caso del comunicador, la omisión de la empatía es imperdonable, so pena de quedarse solo y que su mensaje no sirva para nada ni para nadie"<sup>4</sup>. Esta investigación será un aporte para los actuales y futuros comunicadores quienes deben establecer una renovación creativa y constante de la producción de programas e informativos.

Además, la propuesta de una nueva forma de estructurar un noticiero desencadenaría reacciones en los medios tradicionales, y sobre todo abre la posibilidad de crear nuevos lenguajes, formatos que desde nuestro enfoque de comunicación, permita reflejar nuevas y necesarias formas de interacción público - programas.

## **E) OBJETIVOS DE LA PROPUESTA INNOVATIVA**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Estructurar un nuevo formato para la producción de noticieros radiales desde el enfoque de la comunicación para el desarrollo.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. Comprobar la importancia, aporte y aceptación que tienen los noticieros radiales de la ciudad de Quito por medio de encuestas.
2. Conocer la estructura de los noticieros de las radios: Quito, La Luna, Democracia, Visión.

---

<sup>3</sup> Escalante, Marco Vinicio, "El reportero radiofónico", Editorial Belén, Colección Intiyán, Quito, Ecuador, [s.f.], pag. 75

<sup>4</sup> Ibídem

## **F) DISEÑO OPERATIVO DE LA PROPUESTA INNOVATIVA DE DESARROLLO.-**

Para el desarrollo de esta propuesta, es necesario conocer todo lo relacionado con la radio, la función que cumple, su importancia y características dentro del ámbito social; y fundamentalmente lo que constituye un noticiero radial, la estructura de éste, la importancia para el público.

Partiremos de conceptos que tienen relación con los medios radiales, y conceptos que asocian a la comunicación con el desarrollo, así como todas las propuestas innovadoras sobre producción de radio, especialmente la producción de noticieros.

"La información es uno de los pilares básicos de la radiodifusión y, día a día, se va especializando tanto que nada tiene que envidiarle a los otros medios de comunicación; antes, por el contrario, estos sí ven en la radio una competencia respetable por la inmediatez de su servicio y, en muchos casos, se valen de ella como fuente de información"<sup>5</sup>.

Creemos que lo afirmado por Jimmy García podría ser válido en una sociedad donde todas, o la mayoría de las emisoras trabajaran de forma ética, es decir, si investigaran por cuenta propia, y no tomaran información de otros medios. Según Mario Kaplún "la radio está al alcance de todos, su influencia es muy grande y seguirá ampliándose de manera especial en aquellos conglomerados sociales

---

<sup>5</sup> García, Jimmy, "La Radio por dentro y por fuera", Ediciones Ciespal, Quito, Ecuador, [s.f.], pag. 223

que no tienen acceso a otros medios de difusión, que requieren de cambios y transformaciones urgentes”<sup>6</sup>.

La comunicación radiofónica tiene las siguientes características:1.- Rapidez. Que puede llegar hasta la inmediatez, es decir la transmisión del mensaje es simultánea a la recepción.2.- Economía: El costo mensaje-receptor es más barato en cuanto mayor sea la difusión.3.- Amplitud de cobertura: El mensaje dura en cuanto se encuentra en antena; a medida que se transmite, se desvanece. Según Marco Vinicio Escalante, la noticia como un complemento de la radio debe tener las siguientes características: novedad, interés humano, importancia del protagonista, cercanía del suceso, y considera, que no toda información es noticia si no contiene los elementos indicados.

La radio puede proporcionarnos un campo amplio de variedad de programas y posibilidades, dentro de los cuales existen diferentes formatos que proporcionen las facilidades para realizar programas, incluidos los informativos, lo que no excluye la creatividad.

Jorge Valdéz “La Noticia” afirma que hay cinco principios básicos en la noticia: oportunidad, prominencia, proximidad, correspondencia e interés humano.

Además, Marco Vinicio Escalante señala que “hay que conocer las limitaciones de la radio para entender la importancia del trabajo profesional y para terminar con la improvisación”<sup>7</sup>. Estos puntos débiles o limitantes de la radio son los siguientes:La unisensorialidad, la unidireccionalidad, la ausencia del público, la fugacidad del mensaje.El uso del lenguaje en la difusión de los noticias, determina la percepción en el público, por tanto, todo medio de información,

<sup>6</sup> Kaplún, Mario, “Producción de Programas de Radio”, Ediciones Ciespal, Quito, Ecuador, [s.f.], pag. 186

<sup>7</sup> Escalante, Marco Vinicio, “El reportero radiofónico”, Editorial Belén, Colección Intiyan, Quito, Ecuador, [s.f.], pag. 42

según Escalante, tiene su propio lenguaje, recursos y características. La palabra, la música, los efectos sonoros y los silencios, son los cuatro elementos básicos del lenguaje radiofónico, y deben ser utilizados en su justa medida y en el momento exacto; es decir, con mesura y oportunidad.

En nuestra propuesta tendremos en cuenta a la comunicación como aporte para el desarrollo, es decir, brindar información útil a las personas, de forma que conozcan la manera de realizar trámites, temas sobre salud, etc. en fin, lo cotidiano. Asimismo, consideramos que una forma de llegar al público es dar a conocer bellos lugares turísticos que tenemos, y que muchas veces lo desconocemos, lo que nos lleva a creer que los medios radiales pueden influir en el proceso de identificación, los modos de incorporarse a los procesos de socialización. Es así que Rosa María Alfaro afirma que "no hay sujeto pasivo, no es sólo un simple beneficiario, siempre media una relación activa, adquiriendo sentido la palabra, el cuerpo y las imágenes"<sup>8</sup>.

Es imperativo que los medios radiales, en este caso, tengan en cuenta que "cada contacto, cada exposición a discursos y quehaceres producen interacción, moviliza al sujeto a seleccionar, modificar, valorar, apropiarse y usar lo que interpreta en una perspectiva u otra"<sup>9</sup>, por ello deben trabajar no solo orientándose a un determinado público, sino acoplándose a una realidad heterogénea. Realizaremos encuestas a oyentes del barrio Quito Sur (sur), San Blas (centro) Kennedy (norte), 50 en cada barrio, un total de 150. Para extraer una muestra representativa (50), se aplicará las estrategias de muestreo aleatorio simple del texto "Métodos de Investigación" de Neil J. Salkind.

Los pasos a seguir son:

---

<sup>8</sup> Alfaro, Rosa María, "Una comunicación para otro desarrollo", CALANDRIA, Lima, 1993, pag. 28

- \*Selección de la muestra (Conjunto de la población)
- \*Aplicación de Técnicas de investigación.
- \*Diseño de encuestas
- \*Diseño de entrevistas ( preguntas semiestructuradas)
- \*Recopilación de Datos
- \*Análisis e interpretación de los resultados

---

<sup>9</sup> Ibídem

## ESQUEMA DE CONTENIDOS

### CAPITULO I

- 1.1 COMUNICACIÓN
- 1.2 FUNCIONALISMO Y ESTRUCTURALISMO EN COMUNICACIÓN
- 1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL
- 1.4 COMUNICACIÓN DE MASAS / AUDIENCIAS
  - OPINIÓN PUBLICA
  - TIPOS DE AUDIENCIA
- 1.5 COMUNICACIÓN PÚBLICA
- 1.6 COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
  - 1.6.1 COMUNICACIÓN: PRODUCCIÓN O REPRODUCCIÓN
- 1.7 LA COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO

### CAPITULO II

- 2.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA RADIO
- 2.2 ESTRUCTURA DE UN NOTICIERO RADIAL
- 2.3 LA INFORMACIÓN Y ESTUDIO DE LA NOTICIA
- 2.4 LA NOTICIA
- 2.5 PRINCIPIO DE LA NOTICIA
- 2.6 LA OBJETIVIDAD PERIODISTICA
- 2.7 OBTENCIÓN DE LA NOTICIA
- 2.8 ESTRUCTURA DE LA NOTICIA
- 2.9 MANEJO DE LA NOTICIA RADIAL
- 2.10 EL DISCURSO DENTRO DE LA NOTICIA

### CAPITULO III

- 3.1 DISEÑO METODOLÓGICO
  - 3.1.1 ESTUDIO DE CASOS
  - 3.1.2 ESTRUCTURA DEL INFORMATIVO DE RADIO QUITO
  - 3.1.3 ESTRUCTURA DEL INFORMATIVO DE RADIO VISION
  - 3.1.4 ESTRUCTURA DEL INFORMATIVO DE RADIO LA LUNA
  - 3.1.5 ESTRUCTURA DEL INFORMATIVO DE RADIO DEMOCRACIA
  - 3.1.6 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS NOTICIEROS
- 3.2 APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
- 3.3 RECOLECCIÓN Y TABULACIÓN DE DATOS
  - CUADROS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS
- 3.4 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

### 3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### **CAPITULO IV**

##### 4.1 NUESTRA PROPUESTA

###### 4.1.1 PROPUESTA DE NOTICIERO RADIAL

###### 4.1.2 ESQUEMA PROGRAMA “ANTES DE LAS SEIS”

###### 4.1.3 LIBRETO NOTICIERO “ANTES DE LAS SEIS”

##### BIBLIOGRAFIA



## CAPITULO I

### 1.1. COMUNICACIÓN

La comunicación es por así decirlo, la actividad más importante para que la vida se torne esencial, sin ésta, lo más probable es que el hombre no pudiera vivir en sociedad o comunidad, y como ente social que es, precisa de ésta para lograr armonía en las relaciones cotidianas con los que le rodean.

Consideramos que en la actualidad, se ha distorsionado el concepto de comunicación, debido a la poderosa influencia y expansión de los mal denominados medios de comunicación, cuya verdadera función es la de informar, más no de comunicar, puesto que el público o audiencia no hace más que receptar todo el contenido difundido por estos medios, y por ello muy a menudo se confunde comunicar con informar.

Los norteamericanos, inicialmente los denominaron mass media “medios masivos o de masa”, pero posteriormente pasaron a llamarse “medios de comunicación social”, este término fue utilizado con el fin de ganar prestigio, y es así como se han convertido en un paradigma de lo que es la comunicación, pero aquí lo que está inmerso es la transmisión con la influencia de la técnica, la ingeniería, la electrónica, y la poderosa influencia de grandes empresas propietarias de los medios.

Según Mario Kaplún<sup>10</sup> hay dos formas de entender a la comunicación:

- 1.- Acto de informar, de transmitir, de emitir. Verbo. COMUNICAR
- 2.- Diálogo, intercambio; relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad. COMUNICARSE.

La palabra comunicación proviene de la raíz latina COMMUNIS que quiere decir *poner en común algo con otro*.

Kaplún cita que se adoptó universalmente definiciones, tales como éstas<sup>11</sup>:

“El acto o proceso de transmisión que generalmente se llama comunicación, consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante el empleo de signos y palabras”. BERELSON Y STEINER, 1964.

“Tenemos comunicación siempre que una fuente emisora influencia a otro -el destinatario- mediante la transmisión de señales que pueden ser transferidas por el canal que los liga”. OSGOOD, 1961.

Según la segunda definición, en la comunicación siempre intervienen los medios, y por ende, siempre hay un emisor y receptor, es decir, de acuerdo con la concepción de los medios, la comunicación se tornaría unidireccional, sin que haya retroalimentación.

De acuerdo a nuestra concepción, se debe recuperar el verdadero sentido de lo que es la comunicación, el cual implica que esta se da, cuando hay dos o más personas intercambiando ideas, opiniones, conocimientos, sentimientos, etc., es decir, hay un proceso de interacción, que es lo que permite la comunicación.

<sup>10</sup> Kaplún, Mario, “El Comunicador Popular”, Ediciones CIESPAL, Caracas, Venezuela, 1984, pag. 65

<sup>11</sup> Ibídem

Por otra parte, según John Fiske “La comunicación es central a la vida de nuestra cultura; sin ella, la cultura muere. En consecuencia, el estudio de la comunicación implica el estudio de la cultura a la cual está integrada”<sup>12</sup>.

Fiske ve a la comunicación a partir de dos enfoques. El primero como “transmisión de mensajes”, en el que influyen la codificación y decodificación entre emisores y receptores, y como los transmisores utilizan los canales y medios de comunicación. Cree que la comunicación es un proceso, es decir como una persona influye (impacto) en el comportamiento de otra, lo que vendría a ser el efecto.

Como segundo enfoque, Fiske considera a la “comunicación como “producción e intercambio de sentido”, y aquí analiza como un texto, mensaje, pueden producir sentido entre las personas, y cree que en lugar de darse fallas en la comunicación, lo que puede existir es diferencias culturales entre emisor y receptor en cuanto a ideas, experiencias, valores y habilidades de comunicación”<sup>13</sup>.

Y en términos generales “la comunicación implica un emisor, canal, un mensaje, un receptor, una relación entre el emisor y el receptor, un efecto, un contexto en el que se produce la comunicación y una gama de cosas a las que se refieren los mensajes”<sup>14</sup>.

## 1.2 FUNCIONALISMO Y ESTRUCTURALISMO EN COMUNICACIÓN

---

<sup>12</sup> Fiske, John, “Introducción al Estudio de la Comunicación”, Editorial Norma, Inglaterra, 1982, pag. 11

<sup>13</sup> Ibídem

<sup>14</sup> McQuail, Denis y Windahl, Sven, “Modelos para el Estudio de la Comunicación Colectiva”, Ediciones Universidad de Navarra, S.A., Pamplona, España, 1989, pag. 25

“El lenguaje es el único tipo de conducta humana cuya función primaria es la comunicación”<sup>15</sup>. Para que haya comunicación primero es fundamental que exista el lenguaje, lo que ha permitido la formación de culturas, y en todas ellas está inmersa la comunicación. La comunicación es tan antigua como la humanidad misma, pues viene desde que los pueblos eran primitivos. Todo este desarrollo del lenguaje cobró gran interés para grandes teóricos quienes pusieron empeño en investigaciones acerca del mismo, y así estudiar el proceso de comunicación que se da entre los humanos.

La comunicación al ser característica fundamental del hombre para que pueda vivir en sociedad, se da mediante el más conocido de los procesos que es: emisor - mensaje - receptor, este es un proceso lineal; sin embargo con la existencia de los medios de comunicación, intervienen en este proceso otros elementos artificiales que son: el canal y el medio, con el fin de difundir un mensaje a grandes masas.

La sociedad siempre tiene necesidades, por lo que se han creado las instituciones, las cuales cumplen la función de satisfacerlas. Así para Eliseo Verón “el funcionalismo visto desde una concepción instrumentalista de las reglas sociales, busca tras la diversidad de costumbres la identidad de la función”<sup>16</sup>.

Las formas de comunicación existentes estandarizan los fenómenos sociales, es decir, cumplen una función. Quienes trabajan para los medios, adoptan modos de comunicación con el fin de llegar al público, de lograr un impacto; así las funciones no siempre son las mismas, con el transcurso del tiempo pueden cambiar para lograr un efecto distinto en la gente.

---

<sup>15</sup> Verón, Eliseo, “Lenguaje y comunicación social”, [s.e.], Colección Análisis y Perspectivas, Buenos Aires, Argentina, 1972, pag. 58

<sup>16</sup> Ibídem

En tanto, al estructuralismo se lo considera como un método de investigación que implica la aprehensión de la realidad a través de su estructura, es decir, mediante un proceso de recepción.

Es necesario considerar los aspectos fundamentales de las dos corrientes teóricas que han permitido conceptualizar a la comunicación, ya que “todo proceso de comunicación puede ser examinado bajo dos marcos de referencia, estructura y función”<sup>17</sup>.

De acuerdo con Harold Laswell, “el proceso de comunicación versará sobre las especializaciones que comportan ciertas funciones que son las siguientes: a) la supervisión o vigilancia del entorno, b) la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno, y, c) la transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente”<sup>18</sup>.

Según Pío Navarro Alcalá-Zamora “Funcionalismo y estructuralismo son visiones estáticas de la sociedad; consideran que si algo es necesario para que funcione o es básico en estructura institucional o mental, ese algo debe ser bastante estable, o la sociedad en cuestión no existiría. Sin embargo, la experiencia nos hace patente el cambio, y su falta de consideración nos sitúa en una perspectiva empobrecedora de la realidad”<sup>19</sup>.

El estructuralismo concebido de esta forma, vendría a poner como punto fundamental a la experiencia humana en base a una estructura que existe, y a partir de ésta el hombre forma su conciencia. Las estructuras al estar en continuo cambio, hacen que la estructura mental humana también se modifique.

Por otra parte, Mauro Wolf manifiesta que la teoría funcionalista de las comunicaciones de masas, representó un momento significativo de transición

---

<sup>17</sup> Laswell Harold, Estructura y función de la comunicación en la sociedad

<sup>18</sup> Ibídem

entre las teorías precedentes sobre los efectos a corto plazo y las sucesivas hipótesis sobre los efectos a largo plazo”.

### 1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL

En base a nuestro estudio vemos que los medios de comunicación actuales generan otra concepción de lo que es comunicación, por ende, existe confusión, puesto que más bien los medios se encargan de informar, más no de comunicar; en tanto que el acto de comunicar ha quedado relegado, sin considerar que la interacción entre las personas es la verdadera comunicación, sin que haya la presencia de medios artificiales, sino canales naturales que permitan codificar y decodificar un mensaje.

No se debe pretender que los medios artificiales tengan un predominio sobre lo que es realmente la comunicación. Aunque no existan medios o aparatos sofisticados, la comunicación siempre estará presente, ya que es una capacidad que posee el hombre, es su expresión misma, pues es un animal social que precisa de vivir en comunidad.

La comunicación social existe cuando hay una auténtica acción recíproca entre emisor y receptor, es decir, se recibe y emite en condiciones de igualdad; de ahí que la evolución, modificación o control de la sociedad esté estrictamente relacionado con la comunicación; teniendo en cuenta que las estructuras sociales se crean a partir del grado de comunicación existente, y si no la hay, ninguna estructura social podrá formarse.

El interés por la comunicación social es un fenómeno reciente, del siglo XX, por los años 40, pero en la actualidad más que en ninguna otra época, debido a que

---

<sup>19</sup> Alcalá-Zamora, Pío Navarro, “Sociedades, pueblos y culturas”, Salvat Editores, S.A., Barcelona, España, 1981, pags. 10 y 11

las sociedades cada vez se industrializan más. No hay otro campo que se desarrolle más que el de la comunicación - información, y en referencia a ello, ha habido un desarrollo increíble de la técnica al crear muchos aparatos sofisticados, es entonces cuando estamos presenciando día a día los grandes avances, que en modo alguno relegan una capacidad propia y natural del hombre: la comunicación. La intervención de canales artificiales modifican la comunicación, pues sentimientos, emociones, lenguaje no verbal, no son posibles, ya que se los reemplaza sea con signos gráficos o imágenes. En todo caso, es la época misma que probablemente nos restringe y nos hace olvidar poco a poco nuestra condición como seres sociales.

Sin embargo, de una u otra manera, los seres humanos adquirimos nuevos conocimientos que los transmitimos a nuevas generaciones, gracias a la capacidad comunicativa que poseemos. La transformación del mundo no debe ser justificación para que el hombre deje de actuar como ente social, sino más bien reforzar nuestras capacidades.

#### **1.4 COMUNICACIÓN DE MASAS / AUDIENCIAS**

La información mal llamada comunicación está dirigida a las grandes masas. Entendemos por masa, un conjunto de individuos que poseen un carácter común que reacciona globalmente ante una situación o fenómeno. Los mass media tienen como función difundir un mensaje cualquiera de una o varias personas a un público bastante extenso, por lo que un mensaje no va dirigido a un público selecto, pues, carteles publicitarios, prensa, cine, radio, televisión son para todos, y mientras mayor alcance exista, es mejor para quienes difunden información. Por ejemplo, el internet en la actualidad.

Por lo general, todos los medios de comunicación masivos, en este caso las emisoras radiales, recurren a cierta programación que es “como un discurso de orden superior que determina los efectos psicológicos, ideológicos y sociales de los mensajes concretos que lo constituyen”<sup>20</sup>.

Vemos a diario que los medios masivos transmiten mensajes, a las grandes masas, referentes a determinado estilo de vida a adoptar, herramientas a utilizar con el fin de facilitar las cosas, etc. Los noticieros radiales generalmente aluden a la objetividad y veracidad de la información, estos términos se han vuelto muy comunes dentro de una sociedad de masas. No sabemos a ciencia cierta, cuanta realidad existe en la objetividad que dicen tener los noticieros. De ahí que nuestra investigación tendrá que ver con estructuras utilizadas y modos de obtener la información, de los noticieros de las Radios: Quito, Democracia, La Luna y Visión. De la misma forma, mediante encuestas, determinaremos la credibilidad y efecto que tienen los noticieros en los oyentes que los escuchan.

“El universo de las comunicaciones de masa -reconozcámoslo o no- es nuestro universo; y si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones, son aquellas aportadas por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva. Se produce para la masa, proyecta una educación de masa”<sup>21</sup>.

En tal sentido, Umberto Eco, se refiere que hay cierta categoría de operadores que crean productos para las masas, estos operadores utilizan a las masas con el fin de obtener lucro propio, no ofreciéndoles productos o realizaciones que los formen como personas críticas, el caso de los medios masivos es una clara

---

<sup>20</sup> González Requena, Jesús, “El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad”, Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1999, pag. 27

<sup>21</sup> Eco, Umberto, “Apocalípticos e Integrados”, Editorial Lumen, Barcelona, España, 1932, pag. 30

evidencia, ya que la información solo se la recepta, sin que las personas tengan opción a emitir una opinión personal, sino una reacción general.

Por otra parte, como mencionamos en el punto I. Desde que los medios artificiales comenzaron a cobrar mucha importancia para la difusión de la información, se estudia a la comunicación como un fenómeno que proviene de estos. Por tanto, y a partir de ello, existen varios modelos de comunicación que tienen relación con lo que responden las grandes masas ante determinada información.

En este sentido, se utiliza mucho la palabra efectividad, aquí por ejemplo Shannon y Weaver “conciben la comunicación como manipulación o propaganda: que A se ha comunicado eficazmente con B cuando B responde en la forma en que A quería que lo hiciese”<sup>22</sup>.

El público en muchas ocasiones, independientemente, del nivel económico, social y cultural, reacciona de acuerdo con el criterio de líderes de opinión, que generalmente en nuestro medio son los mismos propietarios o conductores de un programa, quienes sienten que son dueños de la verdad, e influyen con su discurso en el público. Dentro de este contexto, afirma Lazarsfield que los efectos provocados por los medios de comunicación “dependen de las fuerzas sociales dominantes en un determinado período”.

Cabe mencionar que dentro de la comunicación de masas siempre están presentes problemas como: la manipulación, persuasión, influencia, y las funciones, en fin, el funcionamiento del sistema social a nivel global.

## TIPOS DE AUDIENCIAS

---

<sup>22</sup> Fiske, John, “Introducción al Estudio de la Comunicación”, Editorial Norma, Inglaterra, 1989, pag. 2

No todos los públicos tienen el mismo comportamiento ante determinados programas que emiten los medios, están desde los que se dieron cuenta del problema hasta los que participaron en cierta situación.

Se ha considerado que hay públicos activos y pasivos. Los activos están conscientes de los problemas e intentar persuadir a los demás respecto de su punto de vista, en tanto que los pasivos siguen los acontecimientos con diversos grados de interés.

El autor Gabriel Tarde, clasifica a los públicos según la edad, el sexo, y el fin que persiguen sus miembros. Primero enfatiza que hay públicos masculinos y femeninos. “Los públicos femeninos constituidos por lectoras de novela o de poesías de moda, de periódicos de modas, de revistas feministas, etc., apenas se parecen a las multitudes del mismo sexo. Estas tienen una importancia numérica muy distinta y una naturaleza más inofensiva. No hablo de los auditorios de mujeres en las iglesias, sino cuando por azar ellas se reúnen en la calle; entonces sorprenden por el grado extraordinario de su exaltación y ferocidad”<sup>23</sup>.

En cuanto a las edades, Tarde dice “las multitudes juveniles....tienen mucha más importancia que los públicos juveniles, en cambio, los públicos seniles manejan el mundo de los negocios, donde multitudes seniles no tienen nada que hacer”<sup>24</sup>.

Por otra parte H. Gerth y C.W. Mills distinguen principalmente “un público primario”, un tipo de público que operaba en los comienzos de los sistemas de democracia liberal, y discutían cuestiones de principio y emergían los líderes de opinión. Estos líderes eran mediadores entre el público y el Estado. El nuevo público aparece con la expansión de las democracias liberales y lo describen como conjunto de “mercados de medios de comunicación”, es decir a este público

---

<sup>23</sup> Tarde Gabriel, “Estudios sociológicos: las leyes sociales, la sociología”, Editorial Assandri, Córdoba, Argentina, 1843-1904, pag. 54

<sup>24</sup> Ibídem.

llega regularmente el mensaje de un medio de comunicación, pero de aquí no salen líderes de opinión, pues según estos autores, los líderes sólo surgen de entre los encargados o que tienen fácil acceso a los medios.

Finalmente, Marco Vinicio Escalante menciona que es difícil hacer una clasificación de públicos en la audiencia radiofónica, puesto que “existen mensajes (noticias, música, etc.) que pueden encontrar interés general en un público heterogéneo”<sup>25</sup>.

Señala asimismo que la ocupación del oyente, la profesión, capacidad económica y el grado de instrucción puede influir en selección de mensajes, y por ende una mayor interpretación de la información noticiosa y de todos los mensajes en general, sin embargo, esto no es determinante, ya que lo que escucha y agrada a una persona de un estrato alto, también puede agradar a alguien de un estrato bajo.

Escalante, hace un análisis por edades:

De 1 a 6 años

De 6 a 12 años

De 12 a 25 años

De 25 a 50 años

De 50 años en adelante

**De uno a seis años:** Esta población no es selectiva, escucha la radio solo como proceso de aprendizaje e identificación con el medio, poco o nada le importa el mensaje radial. Más bien a partir de los cuatro años de edad interesarle los programas infantiles como son los cuentos que le transportan a situaciones y ponen en juego su imaginación.

**De seis a doce años:** Comienza a formar su criterio selectivo en cuanto a programas musicales, noticiosos, deportivos, etc.

**De doce a veinticinco años:** Esta edad ya es determinante para la selectividad de los medios así como programas, y las preferencias están asociadas a inquietudes propias de la adolescencia y posterior a esta. Se suele preferir música romántica y también alegre. También se participa en algún programa de la radio, se cuestiona la calidad de los programas, los intereses son mayores y más definidos

**De veinticinco a cincuenta años:** La selección de programas radiales es más exigente y determinada, la ocupación y el grado de educación influyen también. La música se la sintoniza en el trabajo, la oficina, vehículo, taller, fábrica, paseo, descanso. Este público es un buen medidor de sintonía y crítica para la elaboración de programas radiales con mensajes informativos serios y música de buena calidad.

**De cincuenta años en adelante:** La noticia y la música del recuerdo son los favoritos, debido a que se asocia con su experiencia. La música nacional, tradicional y romántica es más escuchada por la gente adulta y madura que por la juventud, para ellos tiene mayor significación. Las noticias deportivas van perdiendo interés, en tanto que las políticas y sociales son las preferidas. Se comparan lo actual con el pasado, añoran lo pasado. Detestan la música moderna, pues no le dice nada.

---

<sup>25</sup> Escalante, Marco Vinicio, "El reportero radiofónico" Editorial Belén, Colección Intiyán, Quito, Ecuador,[s.f.] , pag. 237

## OPINIÓN PÚBLICA

La forma más común que utilizan los medios para crear opinión pública, es mediante la formulación de preguntas, sean estas en vivo o telefónicamente, a un grupo reducido de personas; de las respuestas, obtienen el mayor porcentaje que lo establecen como válido, y posteriormente la emisora se encarga de generalizarlo, y transmitirlo como una verdad. La opinión pública las más de las veces es ORTODOXA, opinión verdadera, y que no se le concede el beneficio de la duda. Esto genera algunas veces comportamientos desmedidos, otras, cambios sociales.

“En el acto de opinar, el sujeto se inscribe en una dialéctica de significados compartidos por los otros. Así, la movilidad del discurso de la doxa, verdadera o falsa, se reafirma con la alta dinámica de cambio que existe en los actuales discursos mediáticos, y en su influencia en los públicos a los cuales llega. La opinión, en este caso, se erige en la forma laxa del sujeto inscribirse en un saber dispuesto a callarlo con el mínimo cambio de posición de su estructura como discurso. Pero en el ejercicio de crear opinión también viene la duda, y de allí la posibilidad de crear juicios, nuevos sentidos para el mismo sujeto que, antes había intentado expresar, representar una certidumbre, aproximándolo a un cambio del hecho sustantivo del imago, del cual se construye la doxa y se recrea el hecho social”<sup>26</sup>.

Sin embargo, tal posibilidad parece no existir en un medio como el nuestro. No tenemos la oportunidad de dar nuevos sentidos a lo que se difundió inicialmente,

<sup>26</sup> Peñuela, Alejandro y Alvarez García, Luis Guillermo. “Imaginarios, colectivos: Implicaciones sociales. Una aproximación psicológica a las agendas de información” Razón y Palabra, No. 26, URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/lpenuela.html>, Proyecto Internet, Carr. Lago de Guadalupe Km. 3.5, Atizapán de Zaragoza, Estado de México, abril-mayo 2002 (doc. electrónico).

por el contrario, al hacerlo, se genera desinformación total, esto se debe a la falta de ética dentro del ámbito noticioso.

La opinión pasa por un largo camino al pasar de lo privado a lo público, es así que se une a las demás opiniones, viniendo a ser colectiva, se evidencia en forma de expresión, manifestación; por lo tanto la opinión pública de hecho se convierte en ideología. Según Rocher, “La ideología adopta la forma de un sistema de ideas y de juicios, se presenta bajo el aspecto de la racionalidad”. Una manifestación peculiar de una persona, puede convertirse en una realidad colectiva, en una verdad consensuada, siempre y cuando esta persona esté involucrada en el ámbito público. Las ideologías hacen que el sujeto cree discursos al opinar, volviéndose ortodoxos. Estos mecanismos son posibles, debido a que los sujetos encuentran líderes.

José María Perceval señala que “un espacio de opinión pública necesita de material informativo aportado por publicaciones periódicas o por los medios audiovisuales. Este conjunto es descargado en lugares concretos y recibido por personas que los comentan en un círculo oral de comunicación”.

Y además señala que para que esta opinión sea válida, el hecho debe ser lo más cotidiano posible, de forma que las personas interioricen como una posibilidad personal. Finalmente, indica, que para que una comunicación sea genuina, todos los interlocutores deben expresarse de forma parecida, con iguales derechos, y que “un espacio de opinión pública no es una clase magistral sino un club de iguales”.

Por otra parte, en referencia a la opinión pública, Jesús Martín Barbero sostiene que “la democracia ha perdido su construcción simbólica y, por lo tanto, su capacidad de convocar. En ese contexto, ya no son los líderes tradicionales

quienes hacen la opinión pública, sino los medios, pero no en su conjunto. La opinión pública la hacen unos cuantos comunicadores con poder económico”<sup>27</sup>.

Contrariamente a lo que afirman otros teóricos de la comunicación en cuanto a precisar que los medios generan cambios en la sociedad, debido a cierto tipo de información e ideología mediante discursos que se transmiten y que provienen de determinados grupos de poder, Barbero, sostiene que los medios no son actores de cambios sociales, no cambian nada, lo único que hacen, es expresar un cambio, amplificarlo y potenciarlo, no lo causan; han sabido registrar, entender los cambios, y sacarles rentabilidad, y finalmente, señala que fabrican verdades, pero a partir de tendencias que hay en la misma sociedad, puesto que son los mismos ciudadanos quienes delegan poder a los medios.

## 1.5 COMUNICACIÓN PÚBLICA

Según ya mencionamos en el punto I, especialmente, hay varias concepciones sobre la comunicación, una de ellas, que la comunicación es una relación simétrica de intercambio de mensajes, es decir, el emisor puede ser receptor, así como el receptor puede ser emisor, una comunicación en igualdad de condiciones.

Por otra parte, también hay teóricos que conciben a la comunicación como una acción unilateral, se difunde el mensaje por medio de canales artificiales (emisor, mensaje, canal, receptor), es decir, para ellos la sola información implica comunicación, independientemente de que haya retroalimentación.

Por ahora nos referiremos a la comunicación pública. La comunicación es pública porque está dirigida a todos, capten o no el mensaje, pertenezcan a diferentes estratos sociales, religión, edad, cultura; así como también si la

---

<sup>27</sup> Martín Barbero, Jesús, “Los medios solo potencian el cambio”, artículo de El Comercio, 16 de febrero de 2000.

información difundida se contrapone a intereses, opiniones, actitudes, en fin, no hay límite, por tanto, la existencia de revistas, periódicos, libros, radio, televisión, etc.

Martín Serrano concibe a la comunicación pública como el proceso en el que “lo específico es que proporciona una clase de información que se refiere a intereses compartidos por el conjunto de la colectividad y que está destinada, en todo o en parte, a la reproducción social”, visto de esta forma, la comunicación pública se ocupa de elaborar, evocar, y revocar las representaciones colectivas de una sociedad.

Las instituciones públicas y privadas se han encargado de que a la comunicación se la conciba a partir del ámbito público, por el hecho de que va dirigida a todos; asimismo la comunicación concebida como tal, se ha convertido en varios casos, en una actividad comercial y económica, que beneficia a una minoría que detenta el poder, y sirve a sus propios intereses.

Según José Luis Exceni “comunicación pública es el proceso permanente de transmisión e intercambio de información referida a intereses y objetivos colectivos, destinada total o parcialmente a la reproducción o cambio social en tanto perpetuación o transformación de una comunidad, y cuya función principal es promover o revitalizar las representaciones colectivas -compartidas o diferentes- con el fin de otorgar sentido y evaluación a la acción social organizada”<sup>28</sup>.

Según Exceni “la comunicación pública debe servir a los intereses de una colectividad, y la forma como se evidencia esto, es mediante el cambio social que

---

<sup>28</sup> Exceni, José Luis, “Políticas de comunicación”, Editorial Feso, Quito, Ecuador, [s.f.], pag. 87

resulte a partir de la comunicación. Entre varias de las propuestas de Exceci es que la comunicación pública debería:

- Construir una ciudadanía activa, directamente asociada a la equidad social, al derecho de igualdad de oportunidades.
- Eliminar legal y realmente las barreras de discriminación en el mercado, en la sociedad y en las instituciones públicas y privadas, permitiendo la funcionalidad de procesos de movilidad social organizados en función de las capacidades, esfuerzos e igualdades de oportunidades.
- Expandir una cultura de solidaridad, vinculada a la calidad de la trama social de una determinada colectividad, a los lazos de reciprocidad entre sus miembros y a la capacidad de enfrentar problemas y metas comunes”<sup>29</sup>.

Por ser pública la comunicación, debe contribuir a mejorar las relaciones entre las sociedades, y no solo limitarse a difundir información.

## 1.6. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

La comunicación implica una relación que es lograda en la actualidad con la utilización de medios de comunicación, lo que necesariamente no es una relación. Se considera que estos modernos medios entorpecen una relación recíproca, no hay diálogo, y el objetivo es obtener respuestas de tipo consumista, que beneficia a quien emite estos contenidos, es decir a los propietarios de grandes empresas mal denominados “medios de comunicación social”. La comunicación es manipulada debido al poder que detentan dichos propietarios. Michel Foucault afirma: “El poder se ejerce mediante la comunicación”<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Ibidem

<sup>30</sup> El estructuralismo de Michel Foucault, texto bajado de internet

Las sociedades están tan acostumbradas a relacionar el término comunicación con los medios, y difícilmente pueden dar una definición exacta de lo que es la comunicación, y cuando se ha recibido información de algún medio suelen decir que se han comunicado.

Los medios no permiten una auténtica relación. Antonio Pascuali afirma “La relación de comunicación soberana y por excelencia es el diálogo; no el seudodiálogo entre un padre autoritario y el hijo, el verdugo y la víctima, un anunciante de productos y el consumidor, el jefe de Estado y los periodistas en rueda oficial, sino el verdadero diálogo entre iguales, en plena libertad, sin maquinaciones ocultas o evidentes ni argumentos prohibidos, sino entre interlocutores no programados para respuestas estandarizadas, dispuestos a alcanzar dialécticamente una verdad superior a la de sus respectivos puntos de vistas iniciales y en condiciones públicas o privadas elegidas sin coacciones. Sólo en el auténtico diálogo políticamente hablando, se dan, por ejemplo, las condiciones de una verdadera democracia”<sup>31</sup>.

Los mass media o medios masivos de comunicación -prensa, radio, cine, televisión- deberían llamarse “medios de información”, ya que transmiten de forma unidireccional informaciones ordenadoras o mensajes órdenes; lo que evidencia la falta de retroalimentación.

Al respecto, Rosa María Alfaro expresa: “Los medios existen porque existe una sociedad de masas con niveles varios de industrialización, inscrita en las leyes del mercado, cuya complejidad requiere de espacios de intercambio, de información

---

<sup>31</sup> Comprender la comunicación, Monte Avila Editores, Caracas, 1978

más unificada, para poder existir en medio de tanta diversidad, amplitud y desorden, y poder así construir o consolidar los consensos del poder”<sup>32</sup>.

Desde el punto de vista de la utilización de los medios, no vivimos la era de la comunicación, sino la era de la información, pues la comunicación pareciera estar llegando a su fin. Hoy en día, erróneamente se cree que al prescindir de los medios, la comunicación fuera a desaparecer. Paulatinamente estamos perdiendo nuestra capacidad comunicadora a medida que aparecen más elementos supuestamente “comunicativos”, lo que nos está convirtiéndolo en seres solitarios.

Mario Kaplún no está de acuerdo que dentro de la comunicación entren a formar parte los medios, cuyo rol es difundir información, y afirma “**Comunicación** es el PROCESO por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común. **Información**, por el contrario, es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor”<sup>33</sup>.

Tanto en el proceso de la comunicación como de la información, hay un elemento común: el envío de mensajes, pero una auténtica comunicación se da cuando intervienen canales naturales: emisor y receptor, y se da un proceso de elaboración y comprensión mental de los mensajes, y se produce reciprocidad entre emisor y receptor. Una comunicación genuina es humana y no hablar únicamente de aparatos - máquinas. Al decir que hay retroalimentación al utilizar máquinas, mas bien es un intercambio de informaciones.

La comunicación en la actualidad tendría el siguiente esquema:

EMISOR - MENSAJE - MEDIO - RECEPTOR

<sup>32</sup> Alfaro, Rosa María, “Una comunicación para otro desarrollo”, CALANDRIA, Lima, 1993, pag. 39

<sup>33</sup> Kaplún, Mario, “Una pedagogía a la comunicación (El comunicador popular)”, Ediciones CIESPAL, Quito, 1984, pag. 68

Los medios no han venido a crear la comunicación, sino más bien a difundir una capacidad ya existente, y la han modificado mediante su uso. Con el uso de los medios, se impone a los oyentes una visión de la vida y de varios aspectos en general, opiniones, acciones y conductas.

Por citar un claro ejemplo de como se concibe la comunicación hoy en día, está el modelo de Shannon y Weaver, que ven a la comunicación como la “transmisión de mensajes, su trabajo está enfocado a como utilizar de una forma muy eficiente los canales de comunicación: cable telefónico y la onda radial, utilizados durante la segunda guerra mundial. La teoría de Shannon y Weaver se basa en como enviar la mayor cantidad posible de información por los canales mencionados y medir la capacidad de carga.

### **1.6.1 COMUNICACIÓN: PRODUCCIÓN O REPRODUCCIÓN**

Cuando se habla de comunicación como producción, nos referimos a que este proceso se lo efectúa en el ámbito de la sociedad, donde intervienen aspectos involucrados con el desarrollo social, económico, cultural y político, que reflejan la realidad social, y es vista mediante acontecimientos que se suscitan cotidianamente, y a su vez los medios de difusión se encargan de transmitirlos. Por lo tanto, cuando se origina un hecho y se lo transforma en noticia, no es determinante establecer a la comunicación como simple proceso de reproducción de acontecimientos. “La comunicación es estratégica en cuanto puede cambiar el sentido de lo que entendemos por humano, propio, ajeno, tradicional, moderno, universal, etc.”.

En el proceso de comunicación, hay interacción e intervención de los actores o sujetos sociales. Podemos decir que una emisora actúa bajo los parámetros de reproducción de información, con el fin de lograr un alto nivel de consumo, cuando se transmite al público varias veces una noticia extraída de otra fuente sin editarse.

Al instante de producirse un hecho, y ser recibido como tal, es responsabilidad del medio e intervenir para que haya originalidad, creación e innovación de textos, programas, guiones de todos los productos de comunicación.

Desde el momento que la noticia es el relato de un acontecimiento, éste debe primero encontrarse, buscarse o extraerse de las informaciones que por diversos canales llegan al conocimiento del periodista. En términos generales tales canales se engloban bajo la denominación genérica de la misma. La cantidad de estas fuentes, contabilidad de las mismas jugará un papel importante en los servicios de las noticias de cualquier medio de comunicación.

Las fuentes pueden ser locales, nacionales o internacionales, provenir de un informante aislado, de un testigo presencial, de una conferencia de prensa, de una entrevista, de un comunicado o de un despacho de una agencia de noticias. El corresponsal o el enviado especial, son elementos de primer orden. En definitiva, detrás de cualquier acontecimiento capaz de convertirse en noticia, está el hombre; actuando independientemente o formando parte de un grupo organizado.

En este ámbito de la búsqueda de la información la tarea del profesional es esencial. Todo el material que reciba deberá ser comprobado: los hechos que se van a transformar en noticia deben verificarse. El periodista debe tener la certeza de la exactitud de la noticia que escribirá primero y divulgará después. Cabe recalcar que en materia de radio se presentan situaciones extremas e

imprevistas, que obligan a improvisar sobre la marcha al no haber tiempo de redactar la noticia. Aquella exactitud se logra mediante el empleo de una serie de recursos y precauciones para no caer en la simple reproducción de un hecho que probablemente no ha sido verificado con exactitud. La credibilidad de un medio se medirá en la veracidad de la información que transmite. No es recomendable leer información que se ha extraído de otras fuentes y complementarla con comentarios, esto resta importancia a un noticiero.

Jesús Martín Barbero afirma que el consumo es el ámbito de la recepción en el que no partimos de una noticia conductiva, sino desde la forma como los grupos sociales elaboran sus maneras de ver televisión, sus modos de oír radio, su forma de leer prensa, historietas, etc.

Sin embargo, cuando hay grupos de poder, o hay intereses particulares o generales, se puede generar ideología a partir de los medios, es decir, se busca una reproducción de conceptos, ideas, valores, etc. de una cultura hegemónica, que también puede rehacerse interrelacionando aspectos de interés personal o social, para reproducir nuevos mensajes, lo que supuestamente puede interesar a la comunidad.

Se utiliza la comunicación de masas, ya que constituye un sistema de circulación de informaciones a través de vastas redes de distribución de la noticia, que se superponen a toda forma de cultura local, de creencia, y de elección original e interior, creando amplias regiones homogéneas de conocimiento común. Así, uno de los ejes principales en la transmisión de mensajes para los medios de comunicación, es la noticia.

La difusión de la noticia está directamente ligada con los medios de comunicación de masas, y por lo tanto, la construcción de una noticia es un proceso de tres

fases: producción, circulación y consumo. Pero hay que precisar que se trata de la construcción social de la realidad pública.

Miguel Rodrigo Alsina, define a la noticia como una presentación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible.

Señala que la construcción de la noticia se origina a partir de los acontecimientos que diariamente se seleccionan. Sostiene que existe una doble institucionalización: la noticia se produce en una institución informativa que supone una organización compleja, y además hay que señalar que el rol de los mass media está institucionalizado y tiene la legitimidad para producir la realidad socialmente relevante. Finalmente recalca que la noticia es una producción discursiva.

Nosotros consideramos que noticia es un hecho desconocido y no común (local, nacional e internacional), por lo tanto genera interés y en algunos casos expectativa en las personas.

## **1.7 LA COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO**

Cuando hablamos de desarrollo, consciente o inconscientemente nos viene la idea de tecnología y medios; sin embargo, tenemos que detenernos a pensar que el desarrollo está estrechamente ligado con las condiciones de vida de una población, más que con la tecnología existente. Desarrollo implica mejor calidad de vida, justicia e igualdad en una sociedad, no únicamente el avance de la técnica como se cree en muchos sectores.

Nos acogemos a los planteamientos que Rosa María Alfaro hace respecto al desarrollo. Alfaro sostiene que se debe “promover desde la comunicación el fortalecimiento de las identidades sociales y la mejoría de las condiciones de vida de los sectores populares”<sup>34</sup>.

Asímismo sostiene que la comunicación debe ser vista como “relación” y no como un conjunto de tecnologías. A partir de la comunicación se debe enseñar a comprender lo referente a identidad social y cultural, que la pobreza no es necesariamente carencia de bienes materiales, sino admitir que hay pobreza en identidad y valores, con lo que sobreviene el subdesarrollo.

El papel principal de los medios de difusión debe ser el de contribuir a un cambio profundo en la sociedad mediante la educación, y no regirse sólo a cierta información y publicidad que no va acorde con la realidad de la mayoría de personas que viven en los países latinoamericanos. Solo cuando los medios sean protagonistas de un verdadero cambio y comiencen a promover la participación de las personas para que no sean solo espectadores, sino gestores de dicho cambio, se logrará una sociedad más justa para todos y para las futuras generaciones. De tal forma, que el rol se constituya en un aporte para el desarrollo y bienestar de las sociedades.

Las organizaciones no gubernamentales (ONG´s) deben estar conscientes que al realizar acciones de intervención para erradicar la pobreza y obtener logros que beneficien económicamente a las comunidades, no es la solución definitiva a un problema, ya que sus valores, creencias, tradiciones quedan relegados, y probablemente se esté dando lugar a una pérdida de identidad de la comunidad. La estrategia de la comunicación para el desarrollo implica, escuchar y, permitir que quienes estén involucrados, manifiesten sus conflictos y necesidades reales,

---

<sup>34</sup> Alfaro, Rosa María, “Una comunicación para otro desarrollo”, CALANDRIA, Lima, 1993, pag. 32

y a partir de esto, trabajar en conjunto. Alfaro recalca “el desarrollo es más que un conjunto de coordenadas y objetivos socioeconómicos y políticos, es básicamente una apuesta cultural de cambio”<sup>35</sup>.

Es responsabilidad de los medios promover la solidaridad y sensibilidad social en una sociedad, de esto depende el cambio.

## CAPITULO II

### 2.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA RADIO

No se puede abordar la historia de la radio, sin referirnos a la radiotelefonía. Un equipo de científicos como: James Clerk Maxwell, Alexander Graham Bell, Henrik Hertz, Guillermo Marconi, Edison, Morse, Farady y Popov, entre otros fueron quienes dieron su aporte para el descubrimiento del sonido radial.

En 1860, James Clerk Maxwell, físico escocés predice la existencia de “unas ondas que se encuentran en el aire y que pueden ser recogidas por un sistema apropiado” (Se refiere a las ondas de radio).

En 1876, Henrik Hertz, físico alemán, logra transmitir y recibir las primeras ondas de radio (de un cuarto a otro), con un equipo muy elemental. De esta forma consigue demostrar que las variaciones de corriente eléctrica pueden ser

---

<sup>35</sup> Ibídem

enviadas y recibidas, en forma de ondas magnéticas . Es en homenaje a este descubridor práctico que las ondas de radio se denominan ondas hertzianas.

En 1895, el italiano Guillermo Marconi, consigue desarrollar la transmisión de las ondas radioeléctricas tras una serie de nuevos experimentos e investigaciones. Se interesó desde muy joven por las propiedades y las aplicaciones de las ondas electromagnéticas. Fue influenciado por los estudios de Hertz, y por las enseñanzas de August Righi.

En este mismo año, el ruso Alexandr Popov inventa un radioreceptor.

En 1896, el gobierno inglés otorga a Marconi la patente inglesa de radiotelegrafía y, este comienza a desarrollar su trabajo con un aparato de su invención con el cual transmitió noticias del estado de salud de la Reina Victoria desde la Isla de Wigh a Londres.

En 1901, Marconi con un transmisor más potente envió las primeras señales trasatlánticas, de Poldhu (Inglaterra) a St. John (Terranova). Este sistema de transmisión que asombró al mundo fue conocido como el inalámbrico y, Marconi quedó en la historia como el padre de la Radio.

En 1926, comienza la radiodifusión ecuatoriana, un año después, Holanda inicia en forma experimental las transmisiones en “onda corta”. La NBC National Broadcasting Corporation inaugura la “primera red” o cadena regular con 24 estaciones y, en su primer enlace difunde un juego de fútbol americano.

El 25 de diciembre de 1931, inicia sus transmisiones la estación misionera HCJB en Quito, Ecuador.

## 2.2 ESTRUCTURA DE UN NOTICIERO RADIAL

Marco Vinicio Escalante propone en su obra “El Reportero Radiofónico” lo siguiente en lo que respecta a la estructura de un noticiero radial:

En una emisora de radio, el jefe de redacción, es quien determina el orden en el que van las noticias, y la estructura.

El éxito del medio se reflejará en el interés, el agrado y la facilidad con que los oyentes comprendan las noticias.

Según este autor, el esquema noticioso no puede, ni debe ser el mismo para las diferentes horas del día, ni tampoco tener un parámetro para organizar la información.

A continuación veremos algunas estructuras de los actuales noticieros de radio:

1. **Según los cortes comerciales.**- No es recomendable, ya que ello implicaría, únicamente basarse en la publicidad radial.
2. **Por zonas geográficas.**- La mayoría de los noticieros inician su información con los acontecimientos locales, luego nacionales, y por último internacionales, lo cual no es recomendable en radio, debido a que constituye una imposición al oyente.
3. **Por temas.**- En algunos casos, se ha visto que las emisoras ofrecen primero noticias políticas, luego económicas, después deportivas, más adelante policiales y por último culturales y sociales, con lo cual no se atiende a las expectativas del público.

Con lo expuesto, cuál estructura entonces es la más recomendable para un noticiero. Marco Vinicio Escalante plantea que de acuerdo a las características del medio y a la época actual, el esquema más apropiado sería en orden de

importancia, es decir, sin que interese el lugar de procedencia, como tampoco el tema. La importancia de esta primará a la hora de remitirla al público.

Con este esquema, uno de los problemas que tendrá que afrontar el Jefe de redacción, es el establecer prioridades cuando existen dos o más noticias de igual importancia, en este caso, se deberá tomar como referencia el efecto que puede causar cada noticia en los oyentes, sin caer en el sensacionalismo.

Escalante sugiere en casos de noticias importantes que llegan a última hora, la utilización de ganchos-titulares que en pocas palabras anuncian al público la importancia de las noticias subsiguientes. Previo a cada corte comercial, sugiere, dar los titulares de las próximas noticias, y para culminar, un resumen con los titulares de los principales acontecimientos, esto ayuda mucho a quienes no sintonizaron inicialmente el noticiero.

Lo referente a cultura, arte, ciencia, etc. es importante y debe ser considerado como tal por el público, y no entrar en un segundo plano, como generalmente lo hacen algunos medios.

### **2.3 LA INFORMACIÓN Y ESTUDIO DE LA NOTICIA**

La información básicamente está constituida de las noticias, y podemos decir que la forma de transmitir noticias ha venido modificándose. En la actualidad, se pone mucho énfasis en que debe ser breve, sencilla y clara, de manera que los oyentes puedan captarla con facilidad. Sin embargo, es necesario también aclarar que esta brevedad implica que el hecho debe ser sintetizado lo mejor posible, sin muchos detalles, se debe conocer únicamente la idea principal de un acontecimiento.

Al respecto Ana María Miralles señala “la noticia tradicional le da un lugar privilegiado a ciertas fuentes de información, las relacionadas con los poderes político y económico. Ellos son los que por lo general ocupan los espacios y funjen como actores de la noticia. El ciudadano común no aparece en los medios más que como víctima. Sus papeles centrales están definidos en términos del consumo de informaciones y de su posición de espectadores”.

La psicóloga Teresa Borja, en cuanto al tema del tratamiento de la información, sostiene que se debe usar un lenguaje más sencillo, sin eufemismos, más cotidiano, que respete a los actores de un determinado drama.

Por otra parte, el investigador colombiano Omar Rincón señala “en América Latina hoy ocurre una recomposición de la forma de actuar de los medios. Antes el periodismo estaba más cercano al poder político. Ahora atiende al poder económico y en ese sentido los medios se han vuelto industrias informativas que se preocupan por hacer bien una noticia para venderla bien. Es que la información es la mercancía que más vale en estos tiempos”<sup>36</sup>.

## 2.4 LA NOTICIA

### **Introducción.-**

La noticia es un suceso que se da a conocer a la audiencia. Una noticia en sí deja de ser noticia por el solo hecho del transcurso del tiempo. La noticia está estructurada en un modelo montado sobre los seis interrogantes, qué, quién, dónde, cuándo, cómo, por qué. No obstante, muy pronto ha quedado recortado al qué, dónde y quiénes. El cómo y sus posibilidades narrativas y explicativas acerca de los sucesos fue aplazado, bien sea porque realmente no interesaba o

bien por la falta de suficiente cultura en los periodistas para dotar a su trabajo de los componentes que lo harían más profundo, probablemente menos objetivo.

### **DEFINICIÓN.-**

Noticia es la comunicación imparcial y confiable de un acontecimiento, que contiene información oportuna y desconocida hasta el momento, y que genera el interés del destinatario.

## **2.5 PRINCIPIO DE LA NOTICIA**

Toda noticia está regida por una serie de principios que en definitiva serán a su vez componente. Existen cinco principios básicos:

### **La Oportunidad.-**

Está vinculada al factor tiempo, es decir que cuando más fresca sea la noticia, mejor y mayor penetración en el receptor.

### **La prominencia.-**

Es la importancia en sí del hecho o del protagonista que es materia de la noticia, por eso hay que tener presente siempre el público hacia el que va dirigida. Es indudable que existen hechos o personajes que siempre serán prominentes para el público: un presidente, un actor, deportista; un secuestro, terremoto o naufragio mantendrán prominencia natural en cualquier parte del mundo. Lo que es importante es no entrelazar " prominencia" con sensacionalismo.

Muchas veces los distintos medios de comunicación en su afán por conquistar público o mantenerlo otorgan a las informaciones una pseudo-prominencia.

---

<sup>36</sup> Omar Rincón, Los medios, reflejo de la sociedad. Artículo de El Comercio, 14 de junio de 2000

**La proximidad.-**

Es el principio que se vincula al factor lugar, cuanto más cerca del destinatario del mensaje haya sucedido el acontecimiento, más penetración tendrá. En este aspecto habrá que tener en cuenta en que medio de comunicación se trabaja y a que público nos dirigimos. Este principio de la proximidad varía sustancialmente según nos dirigimos. Este principio de proximidad varía sustancialmente según se trate de medios de corto, medio o largo alcance. La emisora de radio o televisión, tiene alcance de escasos kilómetros, abarca el país entero o traspasa las fronteras. En cada caso el proceso de selección de las noticias será diferente. De menor a mayor, en relación directa con el espectro revelador: cuanto menor y más sencilla, a la vez que reducida al ámbito geográfico en que se opera, tendrá que ser la variedad noticiosa. Este principio de la proximidad está vinculado estrechamente al siguiente.

**La correspondencia.-**

Relaciona la noticia con todo lo que es particular, propio y próximo del destinatario, Es la ligazón que existe entre el hecho y el público. De esta manera que si la información que se brinda atañe a la vida, bienestar, riesgos futuros o economía de una persona o grupo de personas, con seguridad generará la atención general. Un medicamento eficaz contra el cáncer, la vacuna para prevenir el Sida, una mejora de salarios, el aumento de las pensiones a la vejez o el desarme nuclear, sería acontecimientos que corresponderían a múltiples expectativas inmediatas. Correspondencia, en definitiva, no deben vincularse solo al factor lugar; tiene que ver además con los intereses humanos, generales y básicos del público.

**El interés humano.-**

Es un principio que está presente prácticamente en toda noticia. Lo dice su propio nombre: concentra la atención del público medio, atrae, mantiene el interés y la expectativa. Los seres humanos están siempre interesados en lo que hacen o dicen sus congéneres; es una constante época. Se extraen conclusiones, se efectúan comparaciones, se ponen ejemplos, se discrepa o se coincide, se dialoga o se discute. En este interés humano se pueden contar acciones aparentemente insignificantes pero que en definitiva tocan muy de cerca los sentimientos y las emociones de las personas.

**2.6 LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA**

Para explicar este punto partimos de la base de que la objetividad pura, perfecta, absoluta no existe, más aún cuando en los actuales momentos, todo hecho tiene la posibilidad de convertirse en noticia, sea importante o trivial, se deja de lado una investigación profunda de un acontecimiento y el periodista lo interpreta según su criterio para luego convertirlo en noticia. Al hacer comentarios o emitir opiniones desde cierto punto de vista, ya hay subjetividad, sin embargo todos o casi todos los medios se ufanan de que transmiten noticieros donde existe mayor objetividad.

La ausencia de objetividad se pone de manifiesto con la forma de redactar, las palabras seleccionadas o la puntuación empleada. La subjetividad parte también de la interpretación que el oyente efectúe del mensaje recibido.

“El fenómeno de la información resulta doblemente subjetivo si se tiene en cuenta que los sujetos que opinan son dos en el ámbito de la misma relación y percepción de lo que es el objeto de la información como se ha visto. Esta

subjetividad de las informaciones se repite hasta lo infinito, pues el fenómeno de la información se renueva sin límites, es un suceder continuo, interrumpido de relaciones. En esta subjetividad reside todo el valor de la información”<sup>37</sup>.

## 2.7 OBTENCIÓN DE LA NOTICIA

Desde el momento que la noticia es el relato de un acontecimiento, éste debe primero encontrarse, buscarse o extraerse de las informaciones que por diversos canales llegan al conocimiento del periodista. En términos generales tales canales se engloban bajo la denominación genérica de la misma. La cantidad de estas fuentes, confiabilidad de las mismas jugará un papel importante en los servicios de las noticias de cualquier medio de comunicación.

Las fuentes pueden ser locales, nacionales o internaciones provenir de un informante aislado, de un testigo presencial, de una conferencia de prensa, de una entrevista, de un comunicado o de un despacho de una agencia de noticias. El corresponsal o el enviado especial son elementos de primer orden. En definitiva, sin agotar la nómina, detrás de cualquier acontecimiento capaz de convertirse en noticia, está el hombre; actuando independientemente o formando parte de un grupo organizado.

En este ámbito de la búsqueda de la información la tarea del profesional es esencial. Todo el material que reciba deberá ser comprobado: los hechos que se van a transformar en noticia deben verificarse. El periodista debe tener la certeza de la exactitud de la noticia que escribirá primero y divulgará después. Cabe recalcar que en materia de radio se presentan situaciones extremas, imprevistas, que obligan a improvisar sobre la marcha al no haber tiempo de redactar la

---

<sup>37</sup> Fottorello, Francesco, Introducción a la Técnica

noticia. Aquella exactitud se logra mediante el empleo de una serie de recursos y precauciones.

#### Si puede recurrir siempre a la "otra versión"

Trate de encontrar la fuente contraria. Las dos caras de la moneda pueden aclarar dudas y aportar a la noticia un buen equilibrio. Una noticia será más noticia si en ella se establecen eventuales posiciones antagónicas. Se llega así a un aceptable grado de imparcialidad y equilibrio que el destinatario valorará y agradecerá siempre.

Por lo demás evitará la reacción de la parte afectada por haber sido mantenida en el silencio e incluso la molestia profesional de tener que rectificarse. Muchas veces lo que se calla o se oculta promueve responsabilidades y genera protestas justificadas.

#### Nunca saque conclusiones propias

Si lo hace caerá en una insoportable subjetividad. La noticia será parcial cuando no tendenciosa. Aunque esa no haya sido la intención del periodista, así lo interpretará el destinatario. Recuerde que el oyente, el lector o el televidente no estuvo dentro de la mente del redactor; por lo tanto al escuchar, leer o ver una información donde figuren opiniones personales (aunque éstas fueran acertadas), encasillará al redactor, locutor, presentador o medio de comunicación dentro de una determinada línea o tendencia ideológica. Una vez más: la opinión personal, la ideología, es materia reservada a los géneros de opinión y no a los de información.

#### Nunca sé de por satisfecho

La investigación continuada sobre un mismo hecho siempre aportará nuevos elementos, muchos de los cuales podrán complementar la información, enriqueciéndola. Todas las fuentes deben ser bienvenidas y no deben descartarse ninguna a priori.

Del cotejo permanente surgirá al acontecimiento en estado puro que será el corazón de la noticia. " A partir de ese núcleo se irán agregando los demás elementos constitutivos que, promedio, en un total de 12 a 14 líneas, es decir un minuto de lectura, formarán una noticia bien estructurada".

## **2.8 ESTRUCTURA DE LA NOTICIA**

La estructura de la noticia ha cambiado con el correr de las épocas y nadie puede asegurar que la evolución no siga en el futuro. Es más; tendría que proseguir, adaptándose a las necesidades crecientes de la tecnología moderna en materia de comunicación.

La forma de concebir una noticia tuvo su origen en la prensa escrita, porque ella existió primero en la hablada, tradicionalmente siempre se han estudiado tres formas, vinculadas visualmente a una figura geométrica, la pirámide. La pirámide convencional, la pirámide invertida y la pirámide encabezamiento.

### **LA PIRÁMIDE CONVENCIONAL.-**

La noticia es relatada en orden cronológico, casi siempre escrito, sin prestar atención a los elementos principales del acontecimiento. Se trata de una historia de suceso que va generando un clímax en aumento.

Se sigue en parte, la estructura conocida de las novelas policiales. La forma, bastante pasada de moda, se utiliza en determinado tipo de relatos de la prensa

escrita, que cuentan la evolución de un hecho, agregando antecedentes. Se pretende ubicar al lector dentro de una atmósfera previamente concebida, con la finalidad que persista en la lectura, para llegar, finalmente, al desenlace.

No es la forma adecuada para la radio o televisión. En los medios hablados, la historia debe desarrollarse de otra manera: más escueta y directa, que llame la atención de inmediato y que a la vez sea capaz de mantener la sintonía hasta el final de la información. Jamás debe perderse de vista que la radio, por su rapidez, debe encarar la noticia o el comentario de tal forma que desde el primer párrafo la audiencia quede interesada. En el léxico profesional, a eso se le llama "enganche o "anzuelo". Por lo que se refiere a la televisión, la concisión será aún mayor en virtud de que a la palabra se agrega la imagen y ello hace superfluas muchas expresiones o explicaciones verbales.

Según Ana María Miralles Castellanos, Comunicadora social y periodista: “El esquema de la pirámide invertida - dar las informaciones jerarquizando de mayor a menor importancia-, pronto se convirtió no sólo en dogma sino en ritual. Hay que encajar la realidad en el esquema. Basta con eso para informar. Esa es la que Manuel Martín Serrano ha llamado la mediación estructural y en la que está focalizada la idea de la objetividad. El ritual consiste en homologar todas las informaciones, por disímiles que sean, bajo un mismo formato. Así, el acontecimiento, que en realidad es una ruptura del orden social, aparece siempre bajo la misma cara. Si el acontecimiento es considerable como una ruptura, esto se debe a lo que se considera noticia: es lo novedoso, lo inédito, lo que tiene interés colectivo, y hoy algunos estarían dispuestos a añadir, que noticia son los hechos negativos, pues es evidente que predominan las noticias de este tipo en los medios. Por ello no es extraña esta “normalización” de las informaciones en

el formato noticioso: hasta las más terribles masacres pueden convertirse en frías estadísticas, en relatos estandarizados”<sup>38</sup>.

### **PIRÁMIDE INVERTIDA.-**

Es una pirámide convencional boca a bajo, es decir, apoyada en su vértice. Es la típica forma empleada por la prensa escrita y las agencias de noticias que envían información a los medios de comunicación.

A la inversa de lo que ocurría con la forma anterior, en ésta la información comienza por lo esencial, dando respuestas a las preguntas de qué, quién, cuándo, cómo, dónde o por qué. Ya desde el principio, el redactor que escribió la noticia y quien lo recibe en el medio de comunicación, saben que al principio están todos los datos fundamentales de la información. Todo lo que vendrá después será material complementario, detalles, antecedentes y eventuales consecuencias. No se sigue pues un orden cronológico.

---

<sup>38</sup> Miralles Castellanos, Ana María, “La construcción de lo público desde el periodismo cívico”. Comunicadora Social - Periodista, Coordinadora de la Especialización en Periodismo Urbano, Universidad Pontificia Javeriana.

## 2.9 MANEJO DE LA NOTICIA RADIAL

Según Jimmy García “la noticia radial tiene características propias tanto en su escritura como en su presentación, y por ello requiere de normas y metodologías que la distinguen de la noticia escrita”<sup>39</sup>.

Lamentablemente afirma García que todas estas normas no son puestas en práctica, debido a que muchos de los redactores de radio han laborado previamente en medios de prensa escritos, y por ello conservan ese estilo. No tienen en cuenta que en radio hay un locutor que es quien va a dar una interpretación de su trabajo, y por ende requiere que sea de fácil comprensión.

Los especialistas en comunicación que deseen especializarse y abrirse campo en el periodismo radiofónico, deben hacerlo siendo conscientes de que el trabajo en radio es diferente del de la prensa escrita, donde es posible corregir, pero en radio sale del computador para que el locutor la procese.

En lo que a noticias se refiere, es menester utilizar un lenguaje sencillo, no es preciso que el periodista radial demuestre su cultura utilizando un vocabulario muy rebuscado, pues esto en lugar de agradar al público, más bien lo cansa y opta por cambiar de emisora. El público capta con mayor rapidez cuando se utiliza palabras sencillas conocidas por el común de la gente, así quedarán en su memoria por un gran lapso de tiempo las noticias.

García propone para que haya dinamismo y rapidez en la noticia la utilización del quien, que, cuando, donde, por que, como, su uso depende de la brevedad y necesidad del momento y puede basarse en el triángulo del como, que y por que. También se puede utilizar el quien, cuando, como, esto dependiendo del requerimiento y estilo del redactor.

---

<sup>39</sup> García, Jimmy, “La radio por dentro y por fuera”, Ediciones CIESPAL, Quito, Ecuador, [s.f.], pag. 264

En radio se aconseja evitar mucha palabrería, e ir a la idea concreta sin extenderse, ya que se corre el riesgo de que la noticia no sea entendida por completo, debido a las muchas explicaciones que se dio sobre esta. La forma de presentar las noticias en radio deben ser con la misma sencillez que se emplea en el diálogo cotidiano.

García acota “algo que requiere de una verdadera técnica, es la introducción de las noticias o lo que en prensa se llama titular. Este título o introducción de la noticia en la radio, debe ser cautivante para que despierte interés en pocos segundos y provoque la debida atención a su contenido”<sup>40</sup>.

“El título y la introducción de la noticia es lo que se conoce como “LEAD” en el argot artístico, este encabezamiento puede tener varios tratamientos y sus usos están a discreción de los redactores y de las circunstancias de tiempo y de enfoque de la noticia”<sup>41</sup>

## 2.10 EL DISCURSO DENTRO DE LA NOTICIA

Hay que tener en cuenta que como lo señala Miguel Rodrigo Alsina, la noticia es una producción discursiva, de la misma manera lo define Teun A. van Dijk en su libro “La noticia como discurso”. Van Dijk sostiene que la comunicación de masas sólo ha prestado una atención marginal a su objeto central de estudio: los mensajes de los propios medios; asimismo menciona que si se estudiaron, fue de manera superficial basándose en el tradicional análisis de contenido, y enfocándose más hacia una perspectiva cuantitativa que cualitativa.

Es así como al surgir un interés por estudiar el fenómeno social de la noticia, en el que están inmersa la forma de transmitir las noticias, lo que más se ha

---

<sup>40</sup> Ibídem

<sup>41</sup> Ibídem

conocido es una rutina periodística, la recopilación de noticias, pero no tanto el modo en como realmente se encuentran procesados los mensajes dentro de la noticia y están reflejados cuando se escucha la radio, lee el periódico, se ve televisión.

Además es preciso señalar que no es fácil conocer las maneras o modos de los usuarios de ver televisión, de oír o escuchar la radio. En Europa ha surgido un interés por el análisis lingüístico, semiótico, cultural o ideológico de los textos periodísticos.

Van Dijk señala que es necesario un análisis del discurso dentro de la noticia. Sugiere que la “práctica discursiva de la producción o de la recepción de la noticia puede analizarse teóricamente en dos componentes principales: textual y contextual. El componente textual analiza factores cognitivos y sociales, las condiciones, los límites o las consecuencias de estas estructuras textuales e, indirectamente, su contexto económico, cultural e histórico”<sup>42</sup>.

Finalmente, se refiere a que es fundamental conocer no solo como los periodistas se desenvuelven como actores que tratan con otros actores o instituciones, sino también como ellos mismos comprenden los textos periodísticos o información que producen y la manera cómo lo comprenden los usuarios, es decir el efecto que causa. El modo en como va estructurada una noticia, será uno de los factores que permita la comprensión por parte de los usuarios de los medios de comunicación.

Cada medio informativo posee su estilo de hacer noticia, emplea una forma de uso del lenguaje que lo vuelve característico, así, las estructuras sintácticas pueden expresar posiciones ideológicas subyacentes, como por ejemplo mediante la utilización de las construcciones pasivas y suprimiendo posiciones

típicamente subjetivas, esto con el fin de disimular las acciones negativas de grupos destacados o poderosos. Finalmente, la elección del léxico es un elemento importante dentro del discurso en el cual las opiniones o ideologías ocultas salen a relucir.

La forma en como el lector o usuario de los medios de comunicación comprende un discurso, es mediante significados que le son ya conocidos, el conocimiento del mundo en forma de arquetipos, estructuras y argumentos existentes en la memoria.

A este respecto, según Michel Foucault un sujeto es construido por el discurso, puesto que está condicionado por este, el sujeto es predicado de un discurso, objeto de una estrategia de dominación, ya que solo se construye a partir de un discurso de límites que crea el discurso y que imponen las prácticas.

Los medios mediante el discurso crean ideología, y, sugieren formas de comportamientos, actitudes a ser adoptadas. Una noticia al constituirse en información para el usuario viene cargada de determinada ideología de algún grupo que posee intereses propios.

Visto de otro modo, el discurso no es, ni tampoco es su intención ser persuasivo. Un medio de difusión debe tratar de evidenciar su credibilidad, mostrando sus pretensiones de verdad, y no sirviendo a determinados intereses, esto le dará mayor efectividad.

---

<sup>42</sup> Van Dijk, Teun A., "La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información", Colección Paidós, Barcelona, España, [s.f.], pg. 138

## CAPITULO III

### 3.1. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación está dividida en dos partes:

La parte cualitativa que presentamos a continuación en este capítulo, y consta de la recopilación y constatación de los noticieros radiales de cuatro estaciones.

Esta investigación se refiere a la producción de los noticieros y como están estructurados. El objetivo es comprobar cómo se elabora el noticiero para contrastar desde lo teórico, su pertinencia; a partir de ella comparar y analizar entre los noticieros más escuchados, desde la práctica qué elementos técnicamente constituyen el soporte del noticiero.

Las emisoras seleccionadas para este propósito son: Radio Quito con el noticiero “Primera Plana”, radio Visión con su programa “Buenos Días”, radio la Luna con el noticiero “Primera Plana” y radio Democracia Genial F.M.

#### 3.1.1 ESTUDIO DE CASOS

La fuente informativa se constituye en el origen o base de una información o de una noticia. Así por ejemplo, la fuente de una información política, puede ser un ministerio, la sede de un partido político, etc.

La estructura de todo noticiero de un medio comercial está sujeta a la demanda de publicidad, pero se puede bosquejar un orden, que establece los parámetros para dar un ritmo y un guión.

Esta explicación es necesario, debido a que existen varias estaciones de radio con formatos que no acogen anuncios publicitarios, porque su financiamiento se origina en otras fuentes, como por ejemplo Radio Católica que recibe apoyo económico de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana.

En el caso de Radio Democracia, no siguen una estructura rígida, hay improvisación según lo manifestó el Sr. Gonzalo Rosero.

Es bastante difícil acceder a este tipo de información en lo que a las estructuras de los noticieros se refiere, por cuanto mencionan, quienes están a cargo de estos, que la competencia es grande y por ende temen que un formato pueda ser copiado por otras personas. Tal inconveniente es la razón por la que no presentamos más detalles, a excepción de Radio Quito, que es relativamente más amplio.

### **3.1.2 ESTRUCTURA OPERATIVA DEL NOTICIERO PRIMERA PLANA DE RADIO QUITO**

En el noticiero de Radio Quito se transmite información coyuntural de varias fuentes. Las principales fuentes que cubren los periodistas del noticiero de Radio Quito, se pueden dividir en áreas de política, economía, judicial, sociedad, internacionales, misceláneas, cultura, deportes, entre las más importantes.

**Política:** Presidencia y Vicepresidencia de la República, Ministerio de Gobierno, Congreso, Partidos Políticos, sindicatos de empresas, Tribunal Supremo Electoral, Tribunales provinciales, como los más importantes.

**Economía:** Areas de finanzas, Bursátil y Comercio que involucran a la Superintendencia de Bancos, Banco Central, Ministerio de Economía, Ministerio de Energía, Petroecuador, Andinatel, Pacifictel, Asociación de Bancos Privados, Organismos Internacionales de Crédito, además de empresas privadas.

**Judicial:** Corte Suprema de Justicia, Cortes Superiores de Justicia, juzgados, Cortes de menores, Cortes militares, Procuraduría, Ministerio Público, Consep, Defensa Civil, Derechos Humanos, Policía, Crónica Roja y Sucesos.

**Sociedad:** Ministerios de Salud, Medio Ambiente, Bienestar Social, Educación, Vivienda, Sindicatos, ONG's, Asociación de Municipalidades del Ecuador, INNFA, IESS, UNICEF, entre otros.

**Información General:** FF.AA, curiosidades, misceláneos.

### **Cultura, Internacionales y Deportes**

En lo referente a noticias internacionales, el noticiero mantiene contacto internacional con la VOA (Voice of America), Solar (integrada por emisoras de 7 países: Radio Mitre en Argentina, Radio Panamericana en Bolivia, RCN de Colombia, Radio Chilena de Chile, Radio Programs del Perú y Radio Caracas de Venezuela), y las Agencias Internacionales: EFE, Reuters, Agencia France Pres. De lunes a viernes se transmiten cuatro emisiones diarias, en espacios de 30 a 35 minutos, en los horarios: 06H00, 12H00, 17H00 y 22H00. Se presentan microinformativos cada 30 minutos para dar a conocer noticias nacionales e internacionales.

El Director de noticias es el Lcdo. Miguel Rivadeneira

La estructura es la siguiente:

- Presentación
- Saludos
- Titulares Ecuadoradio
- Publicidad
- Titulares de El Comercio y El Hoy
- Publicidad
- Titulares Expreso y el Universo
- Publicidad
- Titulares Internacionales: CNN español, VOA, El Tiempo de Bogotá
- Publicidad
- Promocional
- Pronóstico del tiempo
- Noticia del Día
- Publicidad
- Síntesis informativa: noticias nacionales e internacionales
- Publicidad
- Entrevista

### **3.1.3 ESTRUCTURA OPERATIVA DEL NOTICIERO “BUENOS DIAS” DE RADIO VISIÓN**

Este noticiero lo conduce el Lcdo. Diego Oquendo, y su formato no difiere de los tradicionales, pero lo que lo caracteriza son los comentarios frecuentes.

La estructura de este noticiero es la siguiente:

- Presentación
- Saludo
- Titulares (noticias extraídas de El Comercio, El Hoy, El Universo)
- Publicidad
- Comentario
- Desarrollo de titulares
- Publicidad
- Noticias internacionales
- Comentario
- Entrevista
- Publicidad
- Deportes
- Publicidad
- Comentario Final
- Despedida
- Cierre del Programa

#### **3.1.4 ESTRUCTURA OPERATIVA DEL NOTICIERO “LA CLAVE” DE RADIO LA LUNA**

Es un noticiero alternativo que da espacio a las entrevistas, y cuenta con bastante participación del público que da sus opiniones. Sin embargo no cuentan con un formato rígido para la transmisión de noticias. Se lo transmite en dos horarios: en la mañana tiene una duración de tres horas de 06H00 a 09H00 y al medio día, de 12H00 a 13H00. Está conducido por Paco Velasco.

El orden de este noticiero, aunque no rígido es el siguiente:

- Presentación
- Saludo
- Titular (cada uno precedido por un efecto musical relativo a la noticia)
- Noticia
- Comentario de la noticia
- Entrevistas con participación del público

### **3.1.5 ESTRUCTURA OPERATIVA DE RADIO CADENA DEMOCRACIA GENIAL F.M.**

La conducción de este noticiero está a cargo de: Gonzalo Rosero e Iván Granda.

No cuentan con una estructura, más bien improvisan en este orden:

De 6H00 a 7H00

- Lectura de noticias de los periódicos

De 7H00 a 9H00

- Entrevista de Gonzalo Rosero con ayuda de Iván Granda a distintas personas involucradas sea en el ámbito político, económico, cultural, social, etc. Aquí no hay una duración establecida.
- Segmento económico
- Segmento cultural
- Segmento de ciudad
- Despedida del Programa

### 3.1.6 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS NOTICIEROS

De los cuatro casos investigados, todos llevan un orden parecido, o dan un tratamiento similar a las noticias, destacando generalmente la improvisación. La característica fundamental de los noticieros radiales es la lectura y extracción de noticias de los principales diarios del país, con pocas excepciones desde luego; esto denota una falta de investigación en el lugar donde se origina la noticia.

El caso del noticiero de Radio Quito al igual que los otros noticieros extrae noticias, sin embargo, cuenta con reporteros que acuden al lugar de los hechos a realizar sus propias investigaciones, y posteriormente las procesan, así como también realizan entrevistas. Su trabajo dentro del ámbito noticioso es más elaborado que en otras radios, puesto que el pertenecer a un consorcio empresarial, le permite contar con mayor financiamiento para su trabajo y colaboradores, pues busca mantener buen prestigio.

El Noticiero Buenos Días de Radio Visión, se caracteriza más por la opinión y el comentario de su conductor, Lcdo. Diego Oquendo, una vez que ha leído una noticia importante de un diario. Todas las noticias tienen su respectivo comentario positivo o negativo. Este noticiero cuenta también con un espacio para las entrevistas, donde semana a semana acuden varias personas involucradas en el ámbito público y político especialmente. El Sr. Oquendo como conductor se encarga de aprobar o censurar ciertos actos por medio de su punto de vista, reflejándose la casi nula participación de los oyentes.

El noticiero La Luna a diferencia de los otros noticieros, trata de captar la atención del oyente mediante efectos de sonidos, esto atrae al público. Es una alternativa

para quienes desean un noticiero que rompa esquemas tradicionales, sin embargo, no difiere totalmente del resto, la dinámica utilizada es lo que atrae. En contraposición con el noticiero Visión, se ve una marcada participación de los oyentes, quienes dan a conocer su opinión respecto de algún acontecimiento.

En cuanto a Radio Democracia, es una radio que generalmente improvisa y no sigue un orden. El espacio más extenso es para las entrevistas, pero sin un respectivo análisis, así como tampoco lo tienen las noticias en sí. Al respecto, suponemos que la experiencia, en cuanto a improvisación, de quienes lo dirigen, es un factor clave para que se efectúe un noticiero bajo estas condiciones.

En nuestra investigación hemos podido ver que las noticias en radio, por lo general, no tienen un tratamiento profundo, simplemente se leen los titulares más importantes de los periódicos, dejando de lado la investigación de acontecimientos locales que interesan mucho a la comunidad, factores como este han hecho que la mayoría de oyentes se hayan volcado prácticamente hacia la televisión, ya que ésta brinda mayor información detallada, sin contar que las imágenes, constituyen el referente principal para que el público prefiera los informativos televisivos.

El crear espacios con información que sea de utilidad para el oyente, debe convertirse en una meta para los medios radiales, y no limitarse a repetir lo que publican otras fuentes.

De acuerdo al autor Marco Vinicio Escalante, no siempre se toman en cuenta dentro del lenguaje radiofónico cuatro aspectos fundamentales como son: “la palabra, la música, los efectos sonoros y los silencios, que deben ser usados en su justa medida y en el momento exacto; es decir, con mesura y oportunidad. Esta, también, es una responsabilidad del director de producción”<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> Escalante, Marco Vinicio, “El reportero radiofónico”, Editorial Belén, Quito, Ecuador, [s.f.], pg.71

Se obvia tal recomendación, por lo que las noticias son presentadas de forma simple en la mayoría de los medios radiales. La carencia de efectos de sonido hace al noticiero sea menos atractivo.

Robert Mcleish sugiere para la selección y tratamiento de las noticias las siguientes consideraciones:

- “Confeccionar un paquete de noticias adecuado al programa que va a ser transmitido. Lo esencial es que la forma y estilo de dar las noticias sea resultado de un diseño, y no al azar.
- Inclinar por noticias que se refieren a personas en lugar de cosas.

La base para una selección de noticias no debe ser la de si un acontecimiento es interesante o espectacular, sino si tiene importancia y significado, es decir, hay que hallar el punto justo de humanidad en un relato. El objetivo de una noticia no es el de conmocionar, sino el de informar”<sup>44</sup>.

De lo manifestado por Mcleish, únicamente Radio Quito prepara sus noticias de acuerdo con la estructura que mantiene, las demás emisoras dan a conocer las noticias al azar.

Así se concluye que las radios no se rigen por formatos teóricos en la producción de noticieros radiales como sugieren los textos, convirtiéndose así la improvisación en un ingrediente fundamental.

#### La parte cuantitativa se divide en dos partes:

Las encuestas y una entrevista a un Jefe de información de un importante medio. Nos sirve para conocer las preferencias de los radioescuchas. A partir de éstos datos, y de la parte cualitativa se realizará nuestra propuesta argumentada en la comunicación alternativa.

La encuesta fue diseñada para conocer cuales son los medios más escuchados, y su nivel de aceptación en la ciudadanía, lo que nos permitirá determinar la importancia de los noticieros radiales en la actualidad.

En la encuesta se toma en cuenta datos del encuestado y además de siete preguntas con opción múltiple a través de las cuales buscamos conocer:

La primera pregunta sirve para confirmar cuál es el noticiero más escuchado en la ciudad de Quito.

La segunda pregunta nos permite conocer cuál es el horario preferido y la frecuencia para escuchar un noticiero. Los oyentes de acuerdo a su actividad laboral fijan una hora para informarse.

La tercera sirve para identificar la razón por qué la gente escucha un noticiero determinado. Esta pregunta despejará las dudas en cuanto a si la tradición, nombre o prestigio, variedad, son factores que influyen en el oyente a la hora de escuchar un noticiero. Presentamos cinco variables:

Porque lo mantiene informado, porque es un noticiero conocido, es el mejor de los noticieros, es el noticiero más escuchado y es el más confiable en un 100%.

No todos los oyentes están de acuerdo con el orden de un noticiero, por lo que en la cuarta pregunta presentamos ocho variables que permitan al encuestado manifestar cómo creen que debería ser la estructura de un noticiero radial:

Que se anuncien los titulares, que directamente se hable de los acontecimientos, que opine el público, las cuñas que sean colocadas al principio, que para el final

---

<sup>44</sup> Mcleish, Robert, “Técnicas de Creación y Realización en Radio”, Editorial Pablo de la Torriente, La

se dejen las cuñas comerciales, que las noticias contengan un fondo musical, que los noticieros estén compuestos por efectos y sonidos y la última variable es que dentro de las noticias existan entrevistas al aire.

La quinta interrogante permite conocer el grado con el que la gente se identifica con el noticiero que escucha. Se presentan cuatro variables:

Se identifica bastante, más o menos, se identifica poco o por último nada.

Hay muchos oyentes que tienen sus razones para escuchar siempre el mismo noticiero, por lo que la sexta pregunta nos sirve para conocer el por qué. Se presentan cuatro variables:

Es completo, por tradición, porque le parece veraz o por informarse.

La séptima pregunta sirve para conocer cómo la gente mejoraría un noticiero. Esta formulación es clave para nuestra propuesta, pues nos dará pautas para conocer cómo les gustaría a los oyentes que fuera un noticiero radial. Se presentan cuatro variables:

Incluir más música, más realidad, más noticias o más cobertura en los noticieros radiales.

El formato de la encuesta se presenta a continuación. Posterior a este, la aplicación de técnicas de investigación; así como los datos obtenidos de las encuestas y, los correspondientes resultados en porcentajes se encuentran detallados mediante gráficos, más adelante.



El formato de la encuesta es el siguiente:

**ENCUESTA PARA CONOCER LA PROGRAMACIÓN QUE ESCUCHA LA  
AUDIENCIA DE LOS BARRIOS KENNEDY, SAN BLAS Y QUITO SUR,**

Nombres: ..... Edad: .....años  
 Sexo: FEMENINO  MASCULINO   
 Profesión y ocupación: .....  
 Barrio: ..... Sector: .....

1.- ¿QUÉ NOTICIERO RADIAL ESCUCHA?  
 .....

2.- ¿EN QUÉ HORARIO LO ESCUCHA?  
 .....

3.- ¿POR QUÉ LO ESCUCHA?

a.-	Lo mantiene informado	<input type="checkbox"/>
b.-	Porque es un noticiero conocido	<input type="checkbox"/>
c.-	Porque es el mejor	<input type="checkbox"/>
d.-	La mayoría lo escucha	<input type="checkbox"/>
e.-	El noticiero es confiable en un 100 %	<input type="checkbox"/>

4.- ¿CÓMO CREE QUE DEBERÍA SER UN NOTICIERO RADIAL?

a.-	Que anuncie los titulares	<input type="checkbox"/>
b.-	Que directamente hable de los acontecimientos	<input type="checkbox"/>
c.-	Que opine el público	<input type="checkbox"/>
d.-	Las cuñas comerciales al inicio	<input type="checkbox"/>
e.-	Las cuñas comerciales al final	<input type="checkbox"/>
f.-	Que haya un fondo musical	<input type="checkbox"/>
g.-	Otro tipo de efectos o sonidos	<input type="checkbox"/>
h.-	Con entrevistas al aire	<input type="checkbox"/>

5.- ¿SE IDENTIFICA USTED CON EL NOTICIERO QUE ESCUCHA?

a.-	Bastante	<input type="checkbox"/>	b.-	Mas o menos	<input type="checkbox"/>
c.-	Poco	<input type="checkbox"/>	d.-	Nada	<input type="checkbox"/>

6.- ¿POR QUÉ ESCUCHA EL NOTIERO POR RADIO?

a.-	Es completo	<input type="checkbox"/>	b.-	Por tradición	<input type="checkbox"/>
c.-	Es veraz	<input type="checkbox"/>	d.-	Por informarse	<input type="checkbox"/>

7.- ¿QUÉ MEJORARÍA DE UN NOTICIERO RADIAL?

a.-	Más música	<input type="checkbox"/>	b.-	Más realidad	<input type="checkbox"/>
c.-	Más noticias	<input type="checkbox"/>	d.-	Mayor cobertura	<input type="checkbox"/>

La muestra se preparó para aplicar a ciento cincuenta personas en los barrios: La Kennedy al Norte, San Blas en el Centro y Quito Sur en el Sur, se ha tomado en cuenta con igual proporción a hombres y mujeres, desde los 13 años de edad hasta los ochenta y seis años, accidentalmente, en su mayoría existen más trabajadores de profesión comerciantes.

### 3.2 APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación de la realidad y actualidad de los noticieros radiales, nos fundamentamos en uno de los métodos propuestos por Neil J. Salkind: muestreo aleatorio simple. De acuerdo a lo que sugiere el autor, cada miembro -de la población encuestada-, tuvo la posibilidad *igual* e *independiente* de ser seleccionado como parte de la muestra. Igual, porque no existe una predisposición para escoger una persona en lugar de otra. Independiente, porque el hecho de escoger una persona no predispone al investigador en favor o en contra de escoger otra persona dada. Por lo tanto, procedimos a definir la población de la cual seleccionar una muestra. La población escogida fue de ciento cincuenta (150) personas de tres barrios de la ciudad de Quito. Cincuenta de un barrio del Sur de Quito (Quito Sur), cincuenta del centro (Barrio San Blas), y cincuenta del sector norte (Barrio Kennedy), a todos se les aplicó la misma encuesta. El procedimiento de muestreo aleatorio simple, nos permitió determinar el porcentaje y frecuencia con que la población de la ciudad de Quito escucha los noticieros radiales, independientemente de la edad, sexo, o profesión que tengan estas personas. Aplicamos preguntas cada una con sus respectivas variables para conocer aspectos relativos a la situación y mejoramiento de los noticieros. Tal información se encuentra detallada más adelante.

### 3.3 RECOLECCION Y TABULACION DE DATOS

**UNIVERSO ENCUESTADO**  
**DATOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL BARRIO LA KENNEDY, SECTOR NORTE**  
**EN CUANTO A NOMBRE, EDAD, SEXO, PROFESIÓN, BARRIO Y**  
**SECTOR**

Nº	NOMBRE	EDAD	SEXO	PROFESIÓN Y OCUPACIÓN	BARRIO	SECTOR
1	Teresa de Vasco	62	Femenino	Empleada privada	La Kennedy	Norte
2	Sofía Benavides	63	Femenino	Modista	La Kennedy	Norte
3	Esthela Delgado	44	Femenino	Trabajadora social	La Kennedy	Norte
4	Stefany Hermosa	13	Femenino	Estudiante	La Kennedy	Norte
5	Daniela López	13	Femenino	Estudiante	La Kennedy	Norte
6	Sonia Navarrete	41	Femenino	Ama de casa	La Kennedy	Norte
7	Rosario Ortiz	39	Femenino	Ama de casa	La Kennedy	Norte
8	Carmen Ramírez	37	Femenino	Contadora	La Kennedy	Norte
9	Cristina Montenegro	26	Femenino	Contadora	La Kennedy	Norte
10	María Ortiz	62	Femenino	Enfermera jubilada	La Kennedy	Norte
11	Victoria Espinosa	27	Femenino	Cajera	La Kennedy	Norte
12	Graciela Guerrero	25	Femenino	Maestra	La Kennedy	Norte
13	Gabriela Poveda	24	Femenino	Maestra Parvularia	La Kennedy	Norte
14	María José Terán	32	Femenino	Analista en sistemas	La Kennedy	Norte
15	M. De Lourdes Dávalos	27	Femenino	Auxiliar contable	La Kennedy	Norte
16	Jennifer Espinoza	19	Femenino	Estudiante	La Kennedy	Norte
17	Elizabeth Segovia	N.C.	Femenino	Docente	La Kennedy	Norte
18	Janneth Erráez	27	Femenino	Estudiante	La Kennedy	Norte
19	M. Mercedes Lizarzaburo	55	Femenino	Maestra	La Kennedy	Norte
20	Sonia Maldonado	28	Femenino	Estudiante / secretaria	La Kennedy	Norte
21	Daniela Martínez	25	Femenino	No contesta	La Kennedy	Norte
22	Karla Cevallos	21	Femenino	Estudiante	La Kennedy	Norte
23	Sin nombre	N.C.	Femenino	No contesta	La Kennedy	Norte
24	Sin nombre	74	Masculino	Militar jubilado	La Kennedy	Norte
25	Germánico Haro	40	Masculino	Técnico Hidráulico	La Kennedy	Norte
26	Marco Bautista	33	Masculino	Lic. Administrador	La Kennedy	Norte
27	Francisco Herrera	29	Masculino	Negocio propio	La Kennedy	Norte
28	Johnny Gordón	28	Masculino	Músico	La Kennedy	Norte
29	Michael Páez	30	Masculino	Contador - Músico	La Kennedy	Norte
30	Dennys Bautista	28	Masculino	Chef	La Kennedy	Norte
31	Segundo Bautista	66	Masculino	Artista	La Kennedy	Norte
32	Amilcar Landazuri	42	Masculino	Empleado bancario	La Kennedy	Norte
33	Sixto Arenas	50	Masculino	Transportista	La Kennedy	Norte
34	Daniilo Cadena	27	Masculino	Bachiller técnico	La Kennedy	Norte
35	Napoleón Méndez	60	Masculino	Militar jubilado	La Kennedy	Norte
36	José Alvear	28	Masculino	Estudiante	La Kennedy	Norte
37	Bairon Males	25	Masculino	Negocio propio	La Kennedy	Norte
38	Jorge Goaman	30	Masculino	Panadero	La Kennedy	Norte

39	Bolívar Alquoser	35	Masculino	Analista en sistemas	La Kennedy	Norte
40	Manuel Alcarraz	72	Masculino	No contesta	La Kennedy	Norte
41	Roberto	53	Masculino	No contesta	La Kennedy	Norte
42	Fabián Sánchez	39	Masculino	Lic. en Sistemas	La Kennedy	Norte
43	Diego Arteaga	33	Masculino	Empleado público	La Kennedy	Norte
44	Víctor Hinojosa	29	Masculino	Ing. en Sistemas	La Kennedy	Norte
45	Luis Ortega	30	Masculino	Ing. en Sistemas	La Kennedy	Norte
46	Raúl Montesdeoca	27	Masculino	No contesta	La Kennedy	Norte
47	Diego Cazares	31	Masculino	Ing. en Sistemas	La Kennedy	Norte
48	Omar Calvopiña	37	Masculino	Marketing	La Kennedy	Norte
49	Galo Rodríguez	35	Masculino	MST. Edu-comunic.Prof.Inglés	La Kennedy	Norte
50	Rommel Córdor	52	Masculino	Albañil	La Kennedy	Norte

**DATOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL BARRIO SAN BLAS, SECTOR CENTRO  
EN CUANTO A NOMBRE, EDAD, SEXO, PROFESIÓN, BARRIO Y SECTOR**

<b>Nº</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>	<b>Profesión y/o ocupación</b>	<b>Barrio</b>	<b>Sector</b>
1	Gladys Reyes	22	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
2	Piedad Curibilma	40	femenino	Artesana	San Blas	Centro
3	Bertha Noriega	43	femenino	Quehaceres domésticos	San Blas	Centro
4	Cristina Camacho	54	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
5	Lourdes Padilla	38	femenino	Contadora	San Blas	Centro
6	Elsa Salinas	63	femenino	Laboratorista	San Blas	Centro
7	Paulina Jaramillo	33	femenino	Comisionista	San Blas	Centro
8	Mariana de Hernández	52	femenino	Quehaceres domésticos	San Blas	Centro
9	Ligia Toscano	37	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
10	Clemencia Izurieta	35	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
11	Angélica Salazar	30	femenino	Secretariado	San Blas	Centro
12	Nancy Salazar	38	femenino	Ingeniera en sistemas	San Blas	Centro
13	Silvia	45	femenino	Auxiliar de enfermería	San Blas	Centro
14	Johanna Perrazo	24	femenino	Paramédico	San Blas	Centro
15	Ma. Augusta Montalvo	25	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
16	Gabriela García	17	femenino	Estudiante	San Blas	Centro
17	Rosa Ma. Salazar	82	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
18	Jeannette Valdivieso	17	femenino	Estudiante	San Blas	Centro
19	Sara	41	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
20	Tania Chávez	50	femenino	Quehaceres domésticos	San Blas	Centro
21	Liliana Castillo	45	femenino	Comerciante	San Blas	Centro
22	Luz María Ortiz	86	femenino	Quehaceres domésticos	San Blas	Centro
23	Patricio Cruz	39	masculino	Técnico en administración	San Blas	Centro
24	Jaime Endara	62	masculino	Comerciante	San Blas	Centro
25	Darwin Maldonado	19	masculino	Recepcionista hotel	San Blas	Centro
26	Bolívar Ramos	50	masculino	Fotógrafo	San Blas	Centro
27	Mario Cevallos	34	masculino	Artesano	San Blas	Centro
28	César Silva	36	masculino	Chofer	San Blas	Centro
29	Fernando Cimarrón	22	masculino	Empleado hotel	San Blas	Centro
30	Viter Caicedo	18	masculino	Empleado	San Blas	Centro
31	Lenin Campaña	32	masculino	Ingeniero en sistemas	San Blas	Centro
32	Arequipa Iñiguez	23	masculino	Empleado hotel	San Blas	Centro
33	Eduardo Ayala	33	masculino	Administrador de empresas	San Blas	Centro
34	Jaime Mora	25	masculino	Serígrafo	San Blas	Centro
35	Jimmy Rodríguez	30	masculino	Vendedor	San Blas	Centro
36	Segundo Tituaña	55	masculino	Guardia privado	San Blas	Centro
37	German Ipial	23	masculino	empleado hotel	San Blas	Centro
38	Jorge León	40	masculino	Productor de radio	San Blas	Centro
39	Luis López	54	masculino	Sastre	San Blas	Centro

40	Vinicio Cangas	25	masculino	Comerciante	San Blas	Centro
41	Nelson	27	masculino	Empleado	San Blas	Centro
42	Henry Reascos	19	masculino	Dibujante	San Blas	Centro
43	Xavier Tufiño	28	masculino	Estudiante	San Blas	Centro
44	Segundo Bravo	65	masculino	Jubilado	San Blas	Centro
45	Edgar Cortéz	21	masculino	Técnico electrónico	San Blas	Centro
46	Jorge Caiza	41	masculino	Guardia	San Blas	Centro
47	Stalin Sánchez	27	masculino	Policía	San Blas	Centro
48	Mauri Martínez	28	masculino	Policía	San Blas	Centro
49	Iván Alejandro	35	masculino	Publicista	San Blas	Centro
50	Patricio Manrique	36	masculino	Tapizador	San Blas	Centro

**DATOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL BARRIO QUITO SUR, SECTOR SUR  
EN CUANTO A NOMBRE, EDAD, SEXO, PROFESIÓN, BARRIO Y SECTOR**

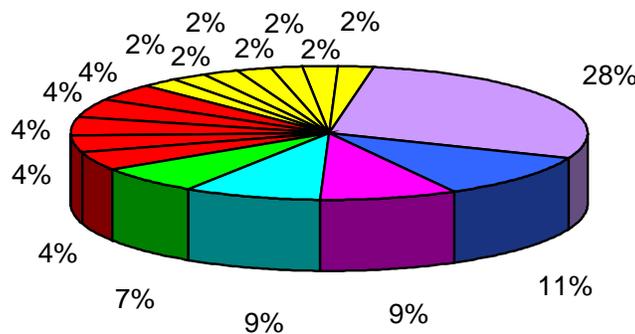
Nº	NOMBRE	EDAD	SEXO	PROFESIÓN Y OCUPACIÓN	BARRIO	SECTOR
1						
2	Beatriz de Moran	53	Femenino	Ama de casa	Quito Sur	Sur
3	Paulina Gonzáles	22	Femenino	Estudiante	Quito Sur	Sur
4	M. Fernanda Morillo	48	Femenino	Médico	Quito Sur	Sur
5	Tania Ati	30	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
6	Dayana Hidalgo	19	Femenino	Estudiante	Quito Sur	Sur
7	Victoria Bravo	45	Femenino	Auxiliar de enfermería	Quito Sur	Sur
8	Noemí Vergara	53	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
9	Eliana Fiallos	38	Femenino	Impulsadora	Quito Sur	Sur
10	M. José Dávila	46	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
11	Antonietta Arévalo	51	Femenino	Costurera	Quito Sur	Sur
12	Nancy Jácome	35	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
13	Soledad Areaga	36	Femenino	Enfermera	Quito Sur	Sur
14	Ximena	18	Femenino	Estudiante	Quito Sur	Sur
15	Judith Costales	73	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
16	Teresa Caballeros	52	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
17	Carmen Lozada	28	Femenino	Ama de casa	Quito Sur	Sur
18	Karina Barros	26	Femenino	Estilista	Quito Sur	Sur
19	Rocío Mejía	32	Femenino	Ama de casa	Quito Sur	Sur
20	María Torres	68	Femenino	Ama de casa	Quito Sur	Sur
21	Rosa Vásquez	53	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
22	Rosario Torres	36	Femenino	Comerciante	Quito Sur	Sur
23	Clara Aguas	42	Femenino	Ama de casa	Quito Sur	Sur
24	Ricardo Merino	28	Masculino	Empleado público	Quito Sur	Sur
25	Marcelo Carvajal	19	Masculino	Estudiante	Quito Sur	Sur
26	Víctor Terán	43	Masculino	Chofer profesional	Quito Sur	Sur
27	Jaime Paredes	48	Masculino	Instructor	Quito Sur	Sur
28	Raúl Zabala	48	Masculino	Comerciante	Quito Sur	Sur
29	Roberto Carvajal	22	Masculino	Estudiante	Quito Sur	Sur
30	Kléber Villafuerte	29	Masculino	Mecánico	Quito Sur	Sur
31	Sosio Gandenzio	82	Masculino	Seglar	Quito Sur	Sur
32	Edwin Estrada	30	Masculino	Contador	Quito Sur	Sur
33	Hernán Vega	56	Masculino	Jubilado	Quito Sur	Sur
34	Rómulo Peña	73	Masculino	Instructor	Quito Sur	Sur
35	Fernando Zapata	36	Masculino	Cantante	Quito Sur	Sur
36	Roberto Villa	20	Masculino	Estudiante	Quito Sur	Sur
37	Wilmer Mosguid	24	Masculino	Mecánico	Quito Sur	Sur
38	Lenin Nuñez	18	Masculino	Estudiante	Quito Sur	Sur
39	Oswaldo Maula	29	Masculino	Servicios varios	Quito Sur	Sur

40	Tito Gómez	64	Masculino	Chofer profesional	Quito Sur	Sur
41	Pafael Banda	55	Masculino	Guardia de seguridad	Quito Sur	Sur
42	Rafael Días	63	Masculino	Técnico en sistemas	Quito Sur	Sur
43	Galo Quiroz	63	Masculino	Jubilado	Quito Sur	Sur
44	Mario Lombeida	20	Masculino	Estudiante	Quito Sur	Sur
45	Fredy Quiroz	63	Masculino	Jubilado	Quito Sur	Sur
46	Patricio Arboleda	46	Masculino	Auditor	Quito Sur	Sur
47	Marco Angueta	65	Masculino	Comerciante	Quito Sur	Sur
48	Fidel Haro	45	Masculino	Licenciado	Quito Sur	Sur
49	Julio Nuñez	55	Masculino	Sociólogo	Quito Sur	Sur
50	Juan Pérez	35	Masculino	Técnico	Quito Sur	Sur

**CUADROS DE LAS ENCUESTAS en los barrios:**  
**LA KENNEDY en el SECTOR NORTE,**  
**SAN BLAS SECTOR CENTRO Y QUITO SUR en el SECTOR SUR**

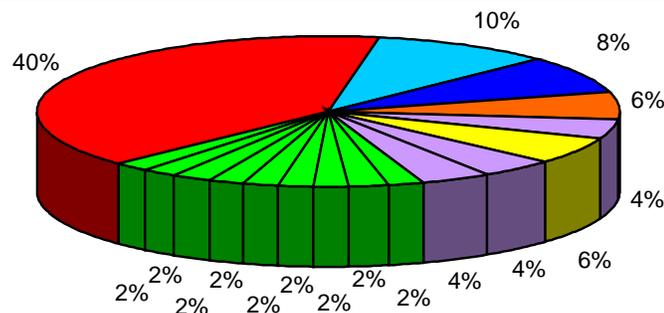
NORTE

1.- ¿Qué noticiero radial escucha?



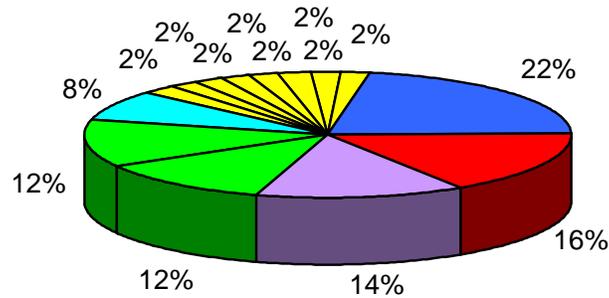
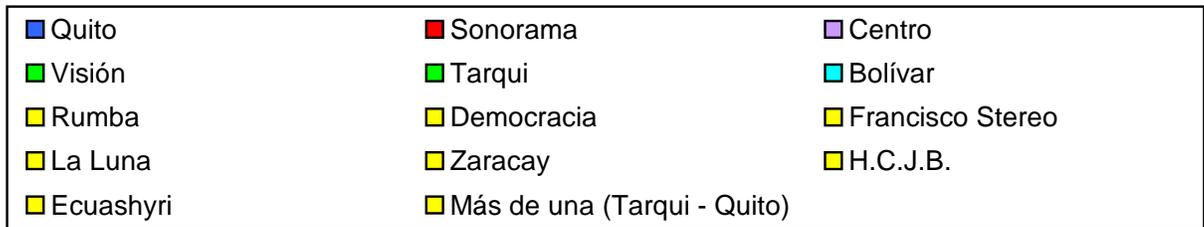
CENTRO

1.- ¿Qué noticiero radial escucha?



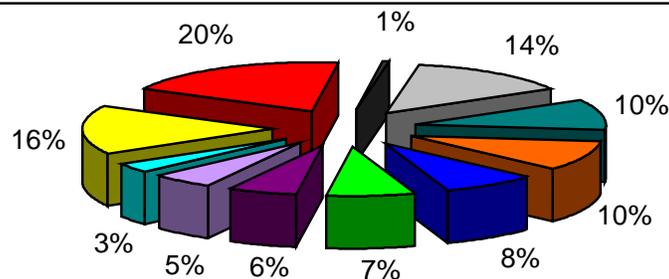
SUR

1.- ¿Qué noticiero radial escucha?



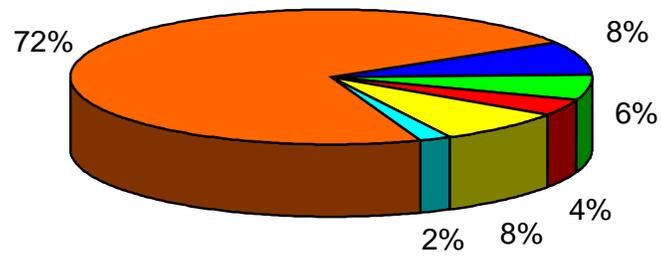
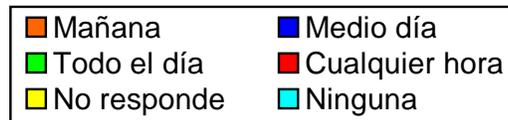
NORTE – CENTRO – SUR

1.- ¿Qué noticiero radial escucha?



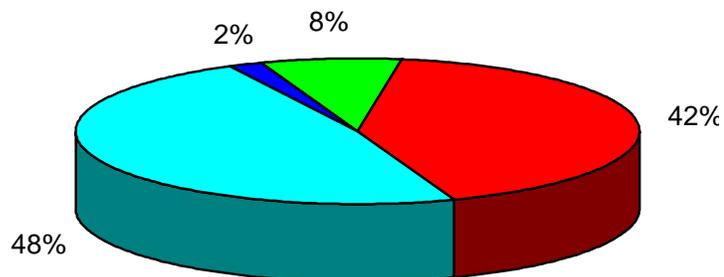
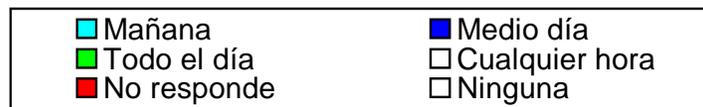
## NORTE

2.- ¿En qué horario lo escucha?



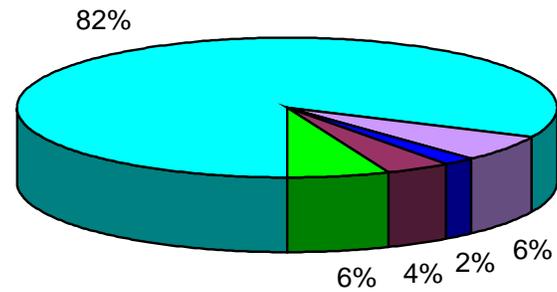
## CENTRO

2.- ¿En qué horario lo escucha?



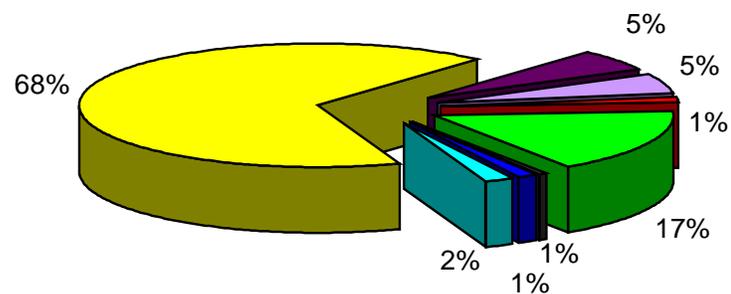
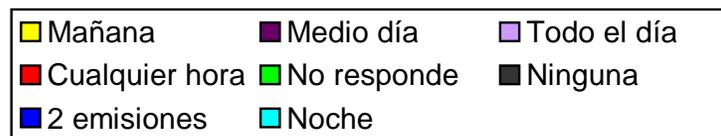
SUR

2.- ¿En qué horario lo escucha?



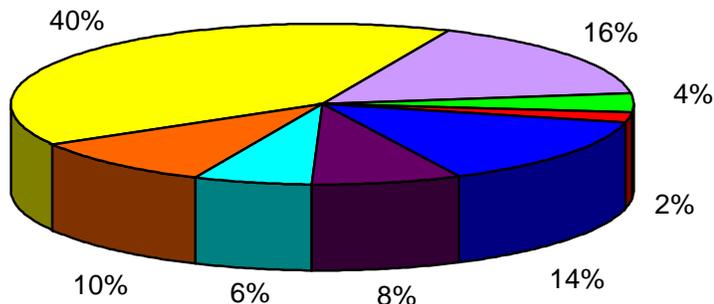
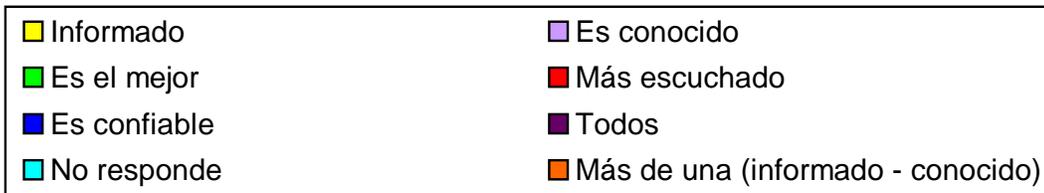
NORTE – CENTRO - SUR

2.- ¿En qué horario lo escucha?



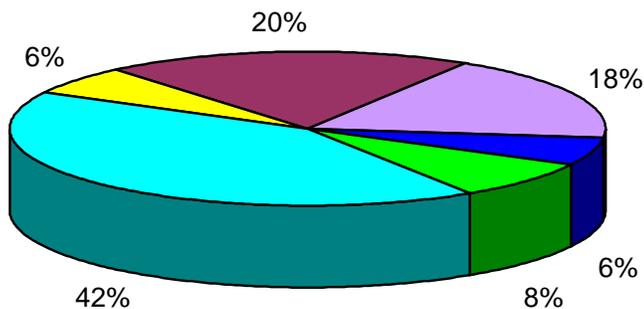
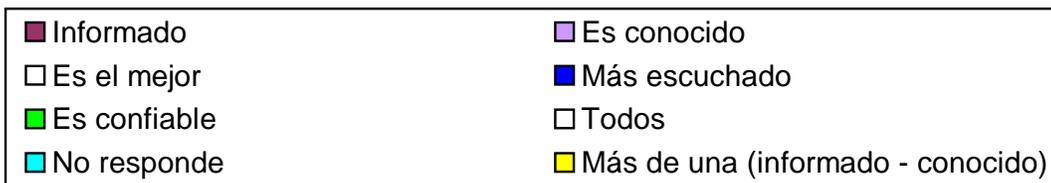
NORTE

### 3.- ¿Por qué lo escucha?



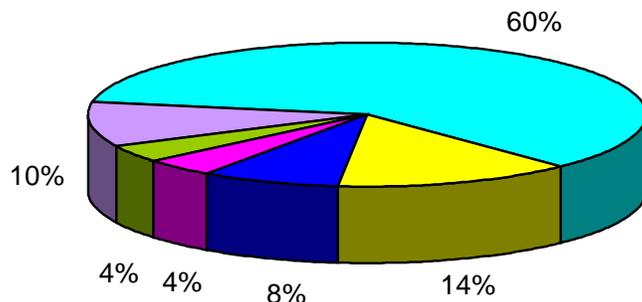
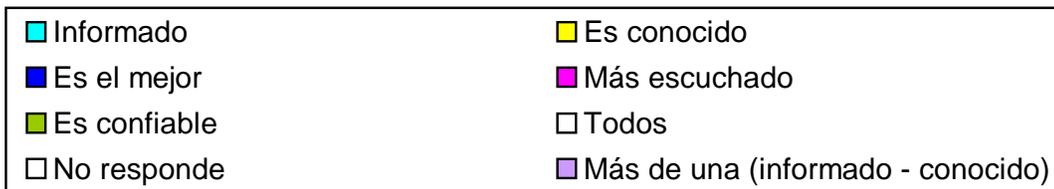
CENTRO

### 3.- ¿Por qué lo escucha?



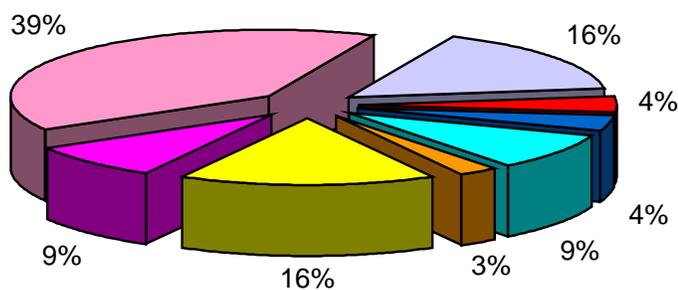
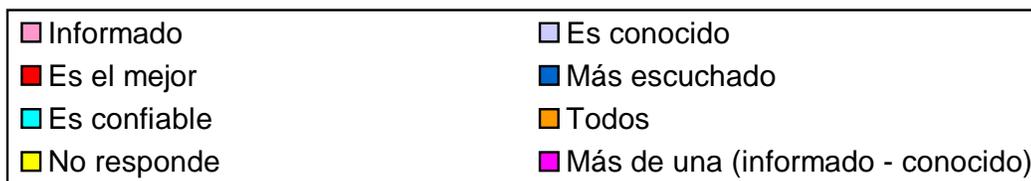
SUR

3.- ¿Por qué lo escucha?



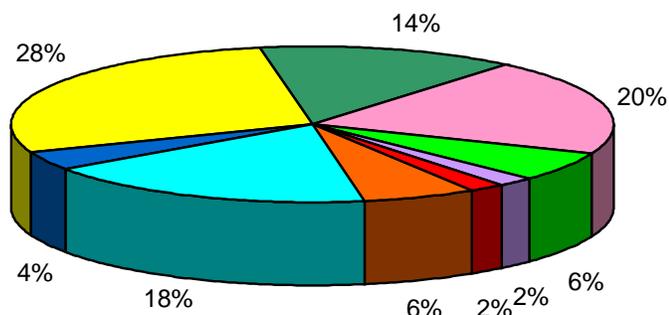
NORTE – CENTRO - SUR

3.- ¿Por qué lo escucha?



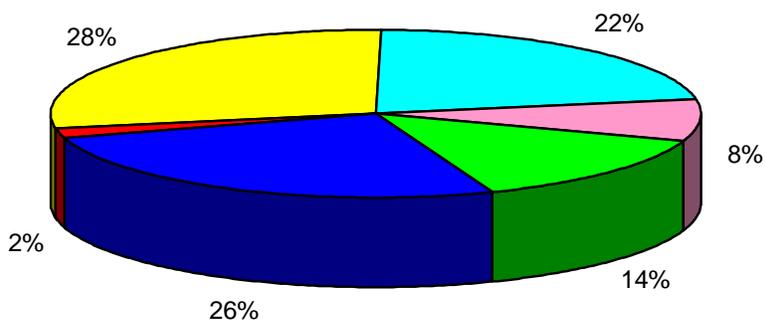
NORTE

4.- ¿Cómo cree que debería ser un noticiero?



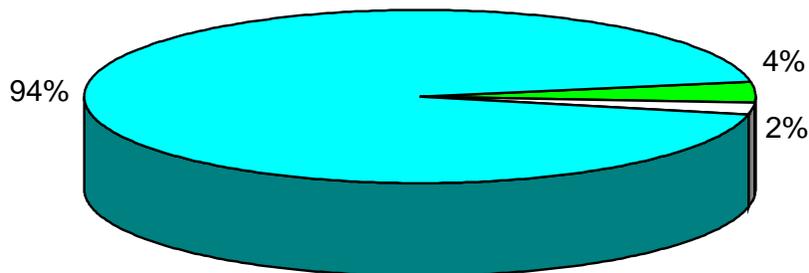
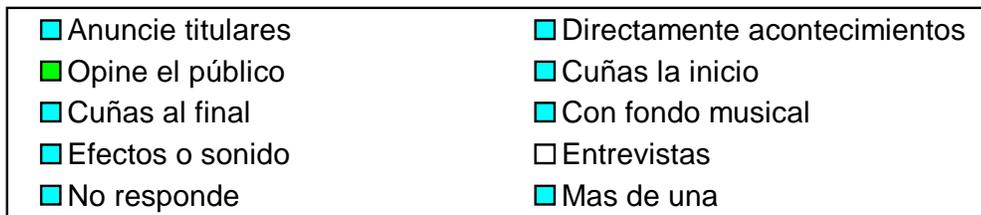
CENTRO

4.- ¿Cómo cree que debería ser un noticiero?



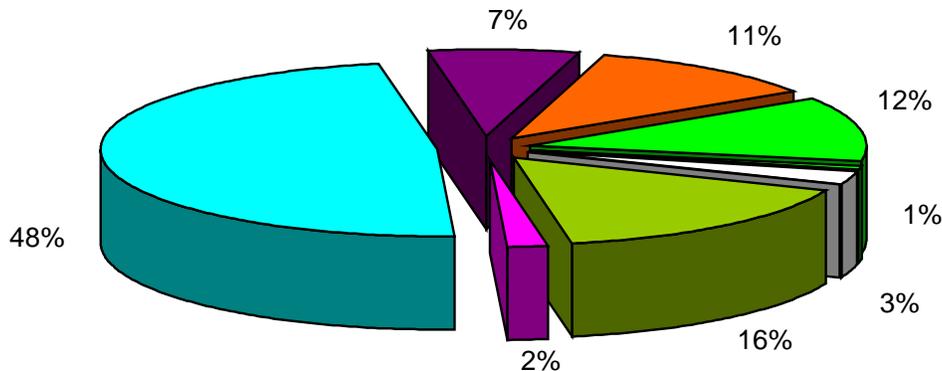
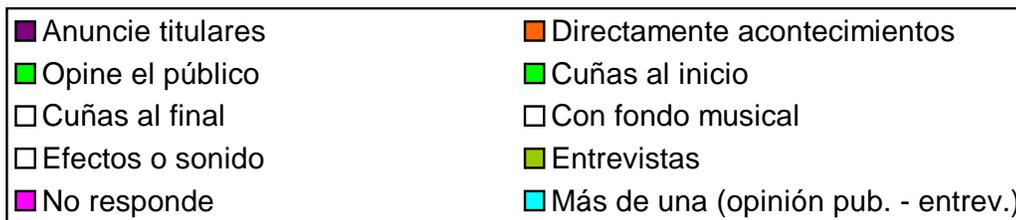
SUR

4.- ¿Cómo cree que debería ser un noticiero?



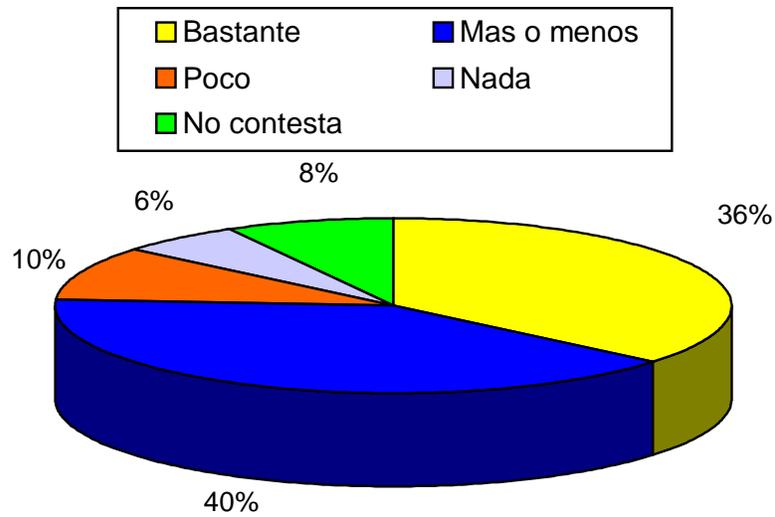
NORTE - CENTRO - SUR

4.- ¿Cómo cree que debería ser un noticiero?



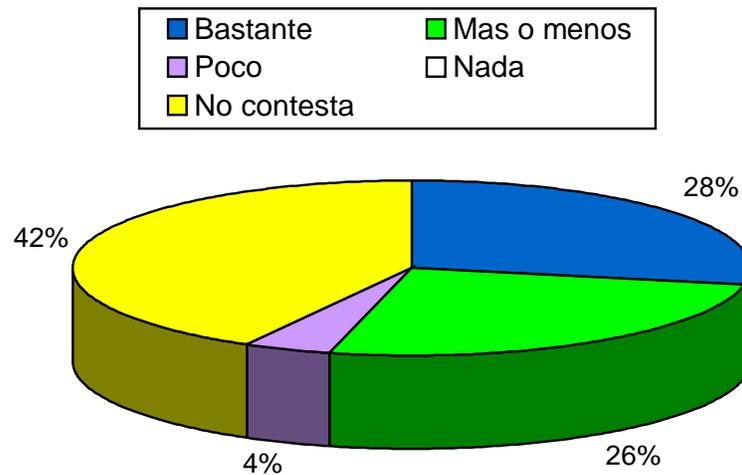
NORTE

5.- ¿Se identifica con el noticiero que escucha?



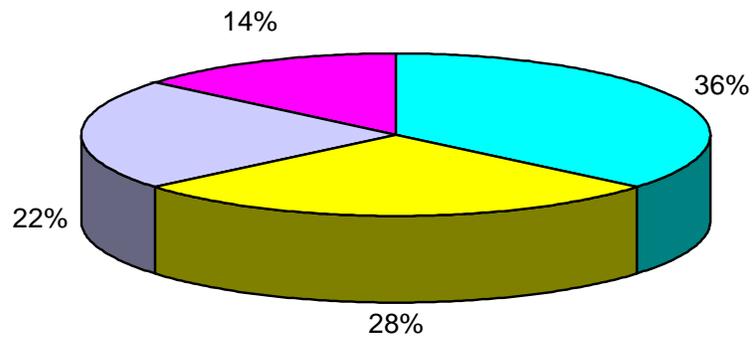
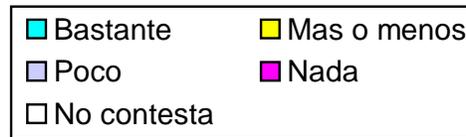
CENTRO

5.- ¿Se identifica con el noticiero que escucha?



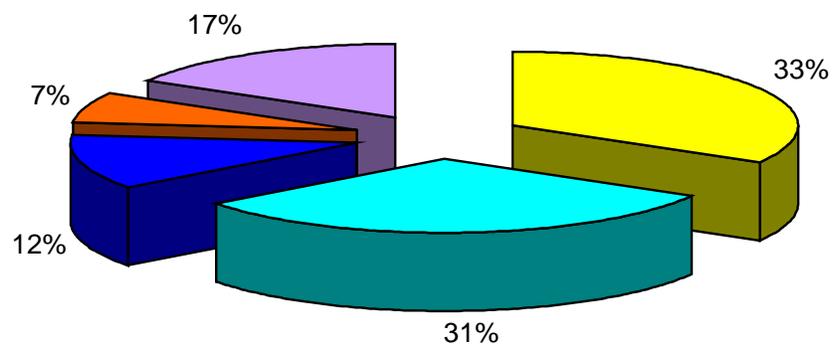
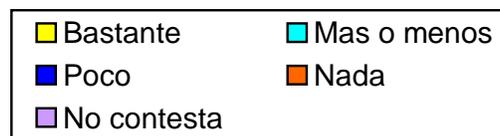
SUR

5.- ¿Se identifica con el noticiero que escucha?



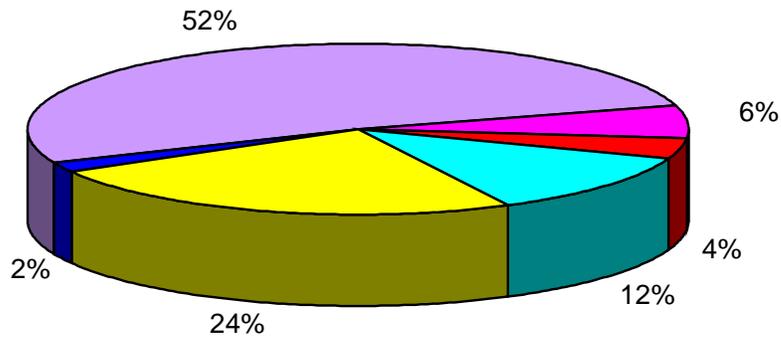
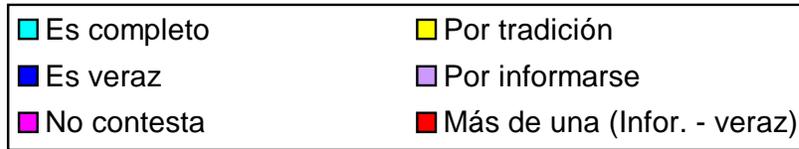
NORTE – CENTRO - SUR

5.- ¿Se identifica con el noticiero que escucha?



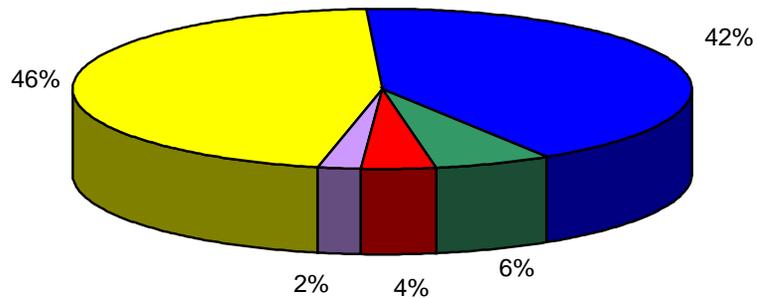
NORTE

6.- ¿Por qué escucha el noticiero por radio?



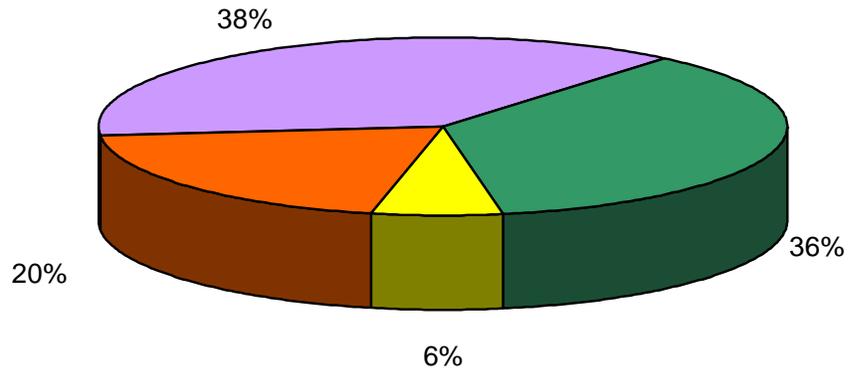
CENTRO

6.- ¿Por qué escucha el noticiero por radio?



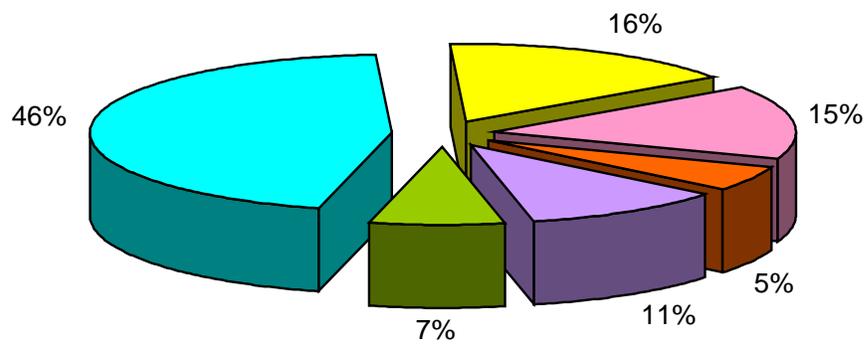
SUR

6.- ¿Por qué escucha el noticiero por radio?



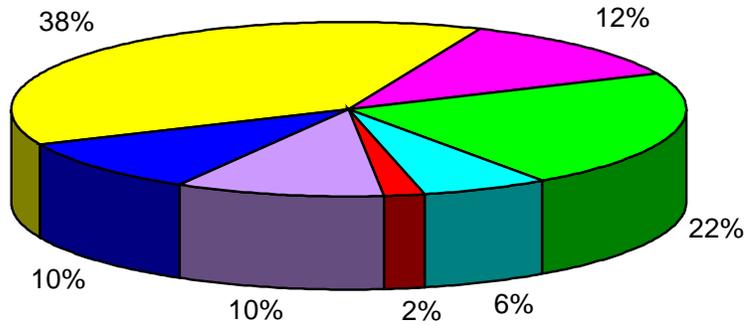
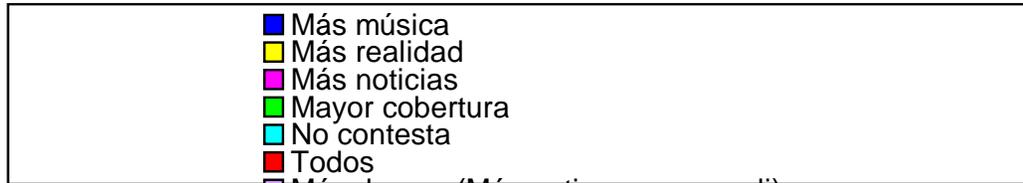
NORTE – CENTRO – SUR

6.- ¿Por qué escucha el noticiero por radio?



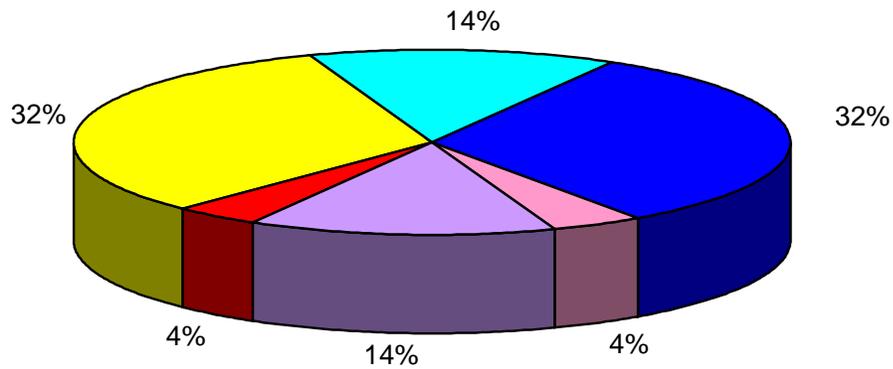
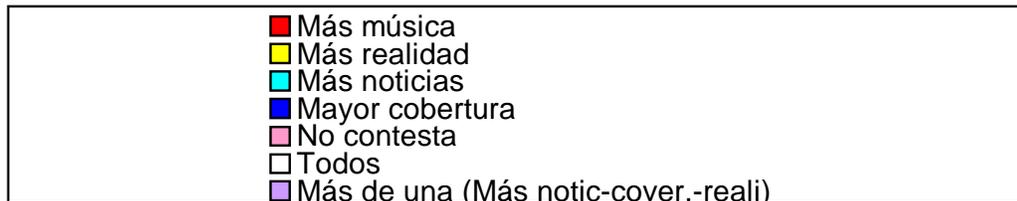
NORTE

7.- ¿Qué mejoraría de un noticiero radial?



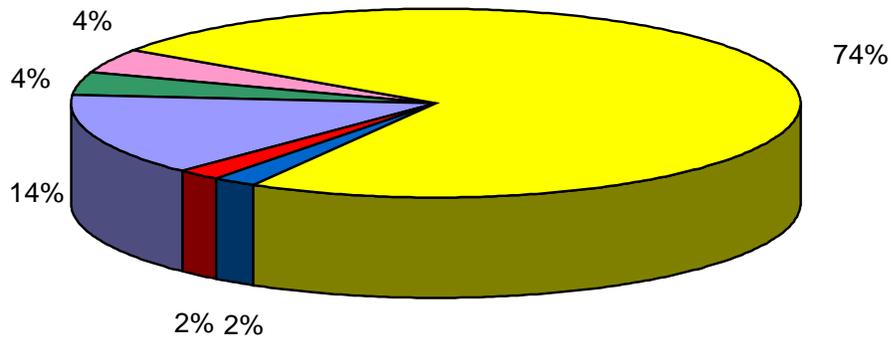
CENTRO

7.- ¿Qué mejoraría de un noticiero radial?



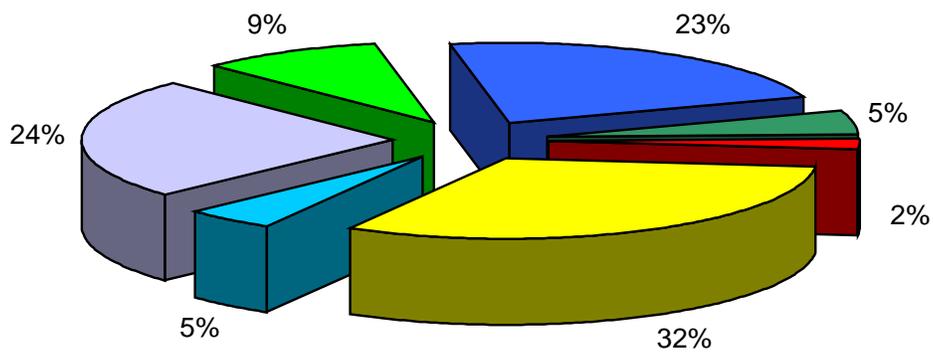
**SUR**

7.- ¿Qué mejoraría de un noticiero radial?



**NORTE – CENTRO – SUR**

7.- ¿Qué mejoraría de un noticiero radial?



### 3.4 INTERPRETACION DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

#### INTERPRETACIÓN DE DATOS REALIZADOS EN LOS BARRIOS: KENNEDY, SAN BLAS Y QUITO SUR

En la primera pregunta:

#### ***¿Qué noticiero escucha?***

El 20% escucha diversas emisoras como:

El 2% prefiere: La Luna, Democracia, Ecuashyi, Bolivar, Francisco Stereo.

Un 1%: Concierto, Proyección, Gamavisión, J.C. radio, Nacional, Rumba, Zaracay, Primicias, Hot 106, Onda Azul, Quitumbe, Cristal, Radio Bonita, Iris, Al aire.

Entre los encuestados la gran mayoría el 16%, no prefiere escuchar las noticias por la radio, sino por la televisión, en el Norte los encuestados demoran mucho en recordar porque no buscan una frecuencia regularmente, en el Centro el porcentaje que no escucha radio es el más alto, en el sector Sur todos los encuestados oyen alguna emisora, aunque no exactamente por el noticiero.

Tomando en cuenta esto, la radio más escuchada con el 14% es la radio Visión, su mayor porcentaje es proporcionado por el Norte de Quito.

Con el 10% está la radio Quito y la radio Tarqui. En el Sur de la ciudad, la radio Quito es la más sintonizada y en el Centro, la radio Tarqui tiene el más alto porcentaje.

Con un 8% está ubicada la radio Sonorama con el más alto porcentaje en el Sur de Quito, ya que en el Norte y Centro casi no figura.

El 7% escoge la radio Centro contando con el mayor apoyo el sector Sur, en el Norte y Centro casi no es escuchada.

El 6% escucha radio América, en el norte es donde más resalta. El Centro y el Sur de la ciudad no la prefieren.

El 5% escucha la radio Bolívar, con el único porcentaje en el sector Norte.

Con el 3% está la radio H.C.J.B. siendo más escuchada en el Centro de Quito.

En la segunda pregunta:

***¿En qué horario la escuchan?***

Un 68% escucha el noticiero desde las 05:00 de la mañana hasta la 11:00, el mayor porcentaje es en el sector Sur, luego en el Centro y por último en el Norte.

El 17% no responde, con el mayor porcentaje del lado Centro, con un mínimo el Norte y con 0% en el Sur de la Ciudad.

Un 5% sintoniza al medio día y el igual 5% se mantiene escuchando radio todo el día, inclusive el 2% sintoniza la radio hasta las 12:00 p.m de la noche.

El 1% prefiere oír la radio a cualquier hora, las dos emisiones o simplemente ninguna. No existe una variación que resalte en el porcentaje de la ciudad de Quito.

En la tercera pregunta:

***¿Por qué la escucha?***

El 39% de los encuestados prefieren mantenerse informados, predominando en el sector Sur y Norte. En el Centro resaltan más los encuestados que no contestan.

Cabe destacar que las personas prefieren escuchar noticias por cualquier medio de comunicación, sin embargo, les gusta más las imágenes acompañadas de los

sonidos. Además, siempre hay una sólo emisora que recuerdan en el momento de escuchar noticias. Lo que demuestra que no hay predilección porque todos los formatos son muy parecidos.

El 16% opina que escucha el noticiero porque es conocido. Este porcentaje es apoyado por el Centro, luego el Norte y por último el Sur.

Igualmente un 16% no contesta, el porcentaje mayor es en el Centro, seguido por el Norte, a diferencia del Sur de Quito donde todos dan su respuesta.

El 9% responde más de una variable. En iguales circunstancias se encuentra el sector Norte y Sur. En el Centro corroboran el porcentaje en menor cantidad.

Cabe destacar que la alternativa más elevada en los tres sectores, es la que se prefiere escuchar el noticiero para estar más informado.

El 9% de igual forma piensa que el noticiero es un 100% confiable, apoyado por el Norte, luego el Centro y en un mínimo porcentaje el Sur.

Un 4% contesta que escucha determinada emisora porque es la mejor, igual porcentaje afirma porque la mayoría lo escucha, en esta respuesta resalta el sector Sur de la ciudad.

El 3% contesta todas las alternativas, domina el sector Norte.

En la cuarta pregunta:

***¿Cómo cree que debería ser un noticiero?***

El 48% responde más de una alternativa, predomina la variable “que opine el público y las entrevistas al aire”, con mayor porcentaje el Sur, en segundo lugar el Centro Y Norte.

Un 16% le agrada las entrevistas al aire, apoyado por el porcentaje del lado Central, en menor escala el Norte y Sur.

El 12% contesta que le gustaría que opine el público, resalta el sector Centro Norte y Sur por igual.

11% opinan que se hable directamente de los acontecimientos, sobresale el Norte y el Centro, ya que el lado Sur no figura.

Un 7% cree que en los noticieros se debe anunciar directamente los titulares, el mayor índice lo da el Norte. En el Centro y Sur, la respuesta es de 0%.

Un 3% considera que el fondo musical debe intervenir en los noticieros, destaca el sector Norte y Centro. En el Sur de la ciudad no prefieren esta alternativa.

El 2% no responde, el que se impone es el Norte y el Centro, en el sector Sur todos responden.

Hay que subrayar que muchas veces los encuestados no recuerdan cómo realmente está estructurado un noticiero, simplemente les gusta o no y tiene claro de lo que mejorarían de un noticiero.

En la pregunta cinco:

***¿Se identifica con el noticiero que escucha?***

El 33% opina que se identifica bastante con el noticiero, este porcentaje es apoyado mayoritariamente por el Norte, seguido por el Sur y, por último el Centro.

El 31% responde que más o menos, se distingue el Norte, con menor porcentaje el Sur y el Centro.

Un 17% no contesta, predomina el Centro, luego está el Norte y en el sur responden todos. El 12% piensa que se identifica poco con el noticiero, resalta el Sur y el Norte en mayor cantidad, en menor porcentaje el Centro.

El 7% no se identifica en absoluto con el noticiero que escucha, sobre todo en el Centro, mucho menos en el Norte y, casi nada en el Sur de la ciudad.

En la pregunta seis:

***¿Por qué escucha el noticiero de radio?***

Un 46% responde que escucha el noticiero por informarse, destaca en el lado Norte, seguido por el Centro y Sur todos en altos porcentajes.

El 6% prefiere no contestar, en mayor medida en el sector Centro, en menor orden Norte y un 0% en el Sur.

Un 15% contestan más de una variable, sobre todo en el Sur muchos contestan que escuchan el noticiero por informarse y porque es veraz, pocos escogen varias alternativas en el Norte, y en el Sur de la ciudad el 0%.

El 11% manifiestan que escuchan la emisora por tradición, en mayor cantidad en el Norte, al Sur unos pocos y en el Centro nadie.

El 7% piensa que el noticiero es veraz, sobre todo en el Sur, casi nada al Norte y 0% en el sector Céntrico de Quito.

En la séptima y última interrogante:

***¿Qué mejoraría de un noticiero radial?***

A pesar de que ya lo confirmamos anteriormente, los encuestados prefieren la televisión, se muestran muy predispuestos a que haya cambios que contribuyan al mejoramiento de los noticieros radiales.

El 32% responde más de una variable, predomina el porcentaje en el Sur que se inclinan por más noticias, más cobertura y más realidad, al Norte son pocos los que optan por varias alternativas y, en el Centro los encuestados tienen bien definida su posición.

El 24% piensa debe existir más realidad en los noticieros, lo que es corroborado por el Norte, casi igual porcentaje responde al Centro, y en el Sur el resultado es mínimo.

Un 23% manifiesta que debe haber mayor cobertura, lo que es confirmado por el sector Centro, similar cantidad de encuestados en el Norte prefieren esta alternativa y, por ultimo, un porcentaje menor en el Sur.

El 5% opina que los noticieros deben tener más música, aprueban en gran mayoría en el Norte, y casi de igual manera prefieren en el Centro y Sur.

En un 2% contestan todas las variables. En orden de cantidad, está el Sur, el Norte en mediano porcentaje y el sector Centro con 0%.

## **INTERPRETACIÓN ENCUESTAS POR SECTORES**

### **SECTOR NORTE**

#### **Dentro de las cincuenta entrevistas realizadas en el barrio La Kennedy:**

En la primera pregunta que responde a:

#### ***¿Qué noticiero escucha?***

Un gran 43% de los encuestados escucha diversa emisoras como:

Concierto, Nacional, H.C.J.B., J.C.radio, Ecuashiry, Democracia, Sonorama, Proyección y La Luna.

Con el mayor porcentaje de 28% está la Radio Visión, siendo esta la emisora preferida en el sector norte.

Un 11% tiene la radio América.

La radio Bolívar y Tarqui se encuentran casi seguido con un 9%.

Figura también la radio Quito y Centro con un porcentaje menor de 6%.

En la segunda pregunta:

#### ***¿En qué horario la escuchan?***

Un 72% escucha a partir de las 06:00 toda la mañana, prefieren en primer lugar la Radio Visión, América, luego Tarqui y por último la radio Bolívar.

A un 8% le gusta escuchar la radio al medio día, o simplemente no responde.

Un 6% de los encuestados escucha la radio en general todo el día.

Un 4% responde que escucha la radio a cualquier hora, pero no exclusivamente noticias.

En la tercera pregunta:

### ***¿Por qué la escucha?***

El 40% de los encuestados escucha el noticiero para mantenerse informado.

En mínima escala está el 16% que opina que escucha el noticiero porque es conocido.

Un 14% piensa que el noticiero es 100% confiable.

El menor porcentaje de 8% contesta que el noticiero lo mantiene informado, es conocido y es confiable en un 100%.

En esta pregunta un pequeño 6% no responde. Solo el 4% dice que el noticiero es el mejor.

Y el 2% prefiere el noticiero, porque la mayoría lo escucha.

En la cuarta pregunta:

### ***¿Cómo cree que debería ser un noticiero?***

El 28% prefiere que se hable directamente de los acontecimientos, que opine el público, les interesa que las cuñas comerciales vayan al final y prefieren varias entrevistas y en especial con música de fondo.

Un 20% opina que se hable directamente de los acontecimientos, sin preámbulos.

Al 18% de la población encuestada, le gustan las entrevistas al aire. El 14% sin preámbulos y claramente se anuncie los titulares.

Un 6% le agrada que las personas opinen por la radio sobre los diferentes temas y que el fondo sea musical.

Muy pocos en este sector le ponen atención a las cuñas comerciales, es por ello que el 2% le interesa que las cuñas vayan al inicio, e igualmente el 2% prefiere al final.

Y nadie, es decir el 0% escoge los efectos y sonidos.

En la pregunta cinco:

***¿Se identifica con el noticiero que escucha?***

Un 40% responde que más o menos se identifica con el noticiero que escucha.

Se siente bastante identificado un 36%.

Un 10% se identifica poco con el noticiero que escucha.

El 8% de los encuestados no contesta.

Un 6% responde que no se identifica en absoluto con el noticiero.

En la pregunta seis:

***¿Por qué escucha el noticiero de radio?***

Un 52% responde que escucha el noticiero por informarse, corroborando el 40% de la respuesta a la pregunta tres ¿Por qué lo escucha?.

El 24% por tradición sintoniza el noticiero.

12% cree que el noticiero es completo.

El 6% simplemente no contesta.

Un 4% responde más de una alternativa, predomina la variable que escucha el noticiero por informarse.

Apenas el 2% dice que el noticiero es veraz.

En la séptima y última interrogante:

***¿Qué mejoraría de un noticiero radial?***

El 38% piensa debe existir más realidad en las noticias que escucha.

Un 22% dice que debe tener mayor cobertura, es decir, no sólo noticias nacionales e internacionales, sino también locales, barriales.

El 12% responde que debe existir más noticias, mayor variedad.

El 10% más música, al igual que un mismo porcentaje responde más noticias, más realidad y más cobertura.

El 6% opta por no contestar.

Una mínima cantidad del 2% responde todas las variables.

**SECTOR CENTRO**

**Dentro de las cincuenta encuesta realizadas en el barrio: San Blas.**

En la primera pregunta que responde a

***¿Qué noticiero escucha?***

Un alto porcentaje de 40% no escucha noticieros por la radio.

El 36% sintoniza las noticias en las radios: San Francisco Stereo, Sonorama y radio Quito, en mayor porcentaje le sigue Visión, Primicias, Hot 106, La Luna, Onda Azul, Quitumbe, Cristal, la de Carlos Vera, Centro, Iris y la Radio Bonita.

Un mínimo 10% prefiriere la radio Tarqui.

América con apenas el 8% y H.C.J.B figura con un pequeño porcentaje de 6%.

En la segunda pregunta:

***¿En qué horario la escuchan?***

Un 48% escucha las noticias desde las 05:00 a.m. y se mantienen en sintonía el resto de la mañana.

Un porcentaje alto del 42% simplemente no responde.

El 8% escucha el noticiero todo el día, obviamente todas la emisiones que proporciona el noticiero.

Apenas el 2% escuchan la radio al medio día, la gran mayoría prefiere mirar la televisión a esta hora.

En la tercera pregunta:

***¿Por qué la escucha?***

En esta pregunta el más alto porcentaje de 42% corresponde a los encuestados que no contestan.

Un 20% le gusta mantenerse informado, por lo que escuchan el noticiero.

El 18% contesta que escucha el noticiero porque es conocido.

El 8% cree que el noticiero es 100% confiable.

Con un mínimo porcentaje del 6% responde más de una alternativa, sin que predomine alguna respuesta en especial.

El 0% dice que el noticiero es el mejor, al igual que el 0% contesta que escucha porque la mayoría lo hace.

En la cuarta pregunta:

***¿Cómo cree que debería ser un noticiero?***

Un 28% prefiere entrevistas al aire.

Con un porcentaje casi similar de 26% está la respuesta que piensa que es mejor que el público opine.

Un 22% responden más de una alternativa, predominando la variable en la que opina el público y entrevistas al aire, con menor porcentaje está el que se hable directamente de los acontecimientos y se utilice fondos musicales.

Un 14% piensa que se debe hablar directamente de los acontecimientos, el 8% les interesa que se anuncien los titulares.

Al 2% les gusta que se utilice fondos musicales.

Y en un 0% ponen atención a las cuñas, al principio o al final, ni tampoco a los fondos los efectos y sonidos.

En esta pregunta responden el 100% de los encuestados.

En la pregunta cinco:

***¿Se identifica con el noticiero que escucha?***

En esta interrogante el 42% no contesta a la pregunta formulada.

El 28% contesta que se encuentra bastante identificado con la emisora que sintoniza.

Con un porcentaje del 26% responde que con el noticiero se siente más o menos identificado.

Apenas el 4% de los encuestados responde que se identifican poco con el noticiero que escuchan.

En la pregunta seis:

***¿Por qué escucha el noticiero de radio?***

El más alto porcentaje en esta pregunta es del 46% que responde que escucha el noticiero por informarse.

Notoriamente el 42% no contesta.

El 6% escoge más de una respuesta, con un mayor porcentaje está que escucha el noticiero para estar más informados.

Los porcentajes siguientes son bajos, ya que el 4% cree que el noticiero es completo.

Un 2% escucha las noticias por radio tradicionalmente.

Y el 0% piensa que el noticiero que escucha es veraz.

En la interrogante séptima:

***¿Qué mejoraría de un noticiero radial?***

El 32% cree que debe existir más realidad en las noticias, al igual que mayor cobertura en la información.

Un 14% manifiesta que debe tener más noticias y contesta más de una alternativa, en la que destaca noticias más reales, con mayor cobertura y más noticias, en menor porcentaje está más música.

El 4 % responde que más música, igualmente el mismo porcentaje no responde.

En esta última pregunta ninguno de los encuestados responde todas las variables.

**SECTOR SUR**

**Dentro de las cincuenta encuesta realizadas en el barrio Quito Sur:**

La primera pregunta:

***¿Qué noticiero escucha?***

Con un notorio 44% figura la radio Quito.

El 22% de los encuestados prefiere Sonorama.

Un 14% respondió que escucha la radio Centro.

Con igual porcentaje de 12% está la Radio Tarqui y la radio Visión.

El menor porcentaje tiene la radio Bolívar y le siguen sin ningún orden en especial: H.C.J.B., Ecuashiry, Democracia, La Luna, Rumba, Francisco Stereo, y Zaracay.

La persona que respondió más de una radio, prefiere la radio Tarqui y la radio Quito.

En la segunda pregunta que responde a:

***¿En qué horario la escuchan?***

El 82% escucha la radio en la mañana, desde las 05:30 a.m. hasta las 10:00 de la mañana.

Un 6% al medio día y en la noche a las 10:00 p.m.

Un 4% respondió que escuchan la radio en todas las emisiones desde las 06:00 a.m. hasta las 22:00 horas de la noche.

En esta pregunta todos los encuestados responden y todos tienen clara la hora exacta en que escuchan la radio.

En la tercera pregunta:

***¿Por qué la escucha?***

Un 60% de los encuestados escucha la radio para mantenerse informado.

El 14% prefiere escuchar el noticiero porque es conocido.

10% responde más de una alternativa. Dentro de estas respuestas, a la mayoría de personas les gusta estar informados y, escuchan éste noticiero porque es conocido.

Un 8% creen que el noticiero que prefieren es el mejor.

El 4% contestan que el noticiero es el más escuchado y 100% confiable.

Todos responden y ninguno decide contestar todas las variables.

La cuarta pregunta:

***¿Cómo cree que debería ser un noticiero?***

El 94% responde más de una variable, resalta que a la gente le gustaría un noticiero con más opinión pública y más entrevistas al aire. En menor porcentaje, está que se anuncien los titulares, a un número menor de encuestados les agrada que se hable directamente de los acontecimientos.

Un 4% afirma exclusivamente que prefiere la opinión del público.

El 2% se inclina directamente por las entrevistas al aire.

En la quinta pregunta:

***¿Se identifica con el noticiero que escucha?***

El 36% se identifica bastante con el noticiero que escucha.

Un 28% responden que más o menos, que no le convence totalmente el noticiero que escucha.

El 22% de los encuestados se identifican poco.

El 14% no se identifica en lo absoluto con el noticiero que escucha.

En la sexta pregunta:

***¿Por qué escucha el noticiero de radio?***

El 38% escucha el noticiero por informarse.

Un 36% responde más de una alternativa, las que destacan más son: por informarse, le sigue porque es veraz y en un mínimo porcentaje las personas escuchan por tradición.

El 20% piensa que el noticiero es veraz.

El 6% contesta que lo sintoniza por tradición.

Todos contestan y el 0% piensa que el noticiero es completo.

En la séptima interrogante:

***¿Qué mejoraría de un noticiero radial?***

El 74% responde más de una variable, en las que figuran: en primer lugar les gustaría más noticias, con poca diferencia desean más cobertura y por último mayor realidad.

El 14% se definen por mayor cobertura.

El 4% prefiere todas las alternativas y ,el mismo porcentaje no contesta.

El 2% más noticias, igualmente el 2% responde más realidad.

### 3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas en tres barrios de Quito (Quito Sur, San Blas, y Kennedy) e investigación realizada, podemos deducir que los medios radiales precisan renovar sus formatos y estilos actuales, ya que las exigencias son mayores en un mundo cada vez más cambiante. Nuestras conclusiones y recomendaciones son las siguientes:

#### CONCLUSIONES:

- Los medios en el Ecuador tienen en la actualidad grandes desafíos por delante, uno de ellos es reflexionar sobre el papel que cumplen y el aporte que brindan a la sociedad en medio de muchos problemas de diversa índole que se presentan cotidianamente.
- Se pudo evidenciar en nuestra investigación, que la aceptación que los noticieros tienen en muchos casos, entre las personas adultas de edad avanzada especialmente, se debe a que pertenecen a una emisora tradicional y con gran trayectoria en el medio, como por ejemplo: Radio Quito, Tarqui, Quitumbe, Ecuashyri, etc)
- De los cuatro casos estudiados, todas las emisoras extraen las noticias de los principales diarios del país: El Comercio, el Universo, El Hoy, etc,. En el caso de Radio Quito, es relativamente diferente, sin contar que también extrae noticias de otras fuentes, pero independiente de esto, sus reporteros también acuden a los lugares donde se presentan los hechos. En la actualidad por lo general, la mayoría de medios y periodistas no buscan alternativas con el fin de coadyuvar en el análisis profundo de los problemas del país.

- Veracidad y objetividad se han convertido en grandes problemas con que se enfrentan los comunicadores. No se puede hablar de objetividad y veracidad, en el caso de las radios investigadas, si las noticias que difunden, provienen de otras fuentes, especialmente de la prensa escrita. Desafortunadamente la publicidad a la recurren lo manifiesta como tal.
- Un buen porcentaje de los encuestados corrobora que los noticieros radiales (incluidas las 4 emisoras estudiadas) deben permitir una mayor participación del público, entrevistas al aire; así como también que las noticias difundidas sean más reales. Desde nuestro punto de vista, más realidad implica mayor investigación por parte de quienes conforman una emisora. Leer y repetir noticias de los periódicos, no le da mayor credibilidad a un noticiero radial, por el contrario, puede volverse monótono.
- Sorprendentemente al público investigado no le interesa mucho los efectos sonoros en un noticiero, pasa un poco desapercibido este aspecto; sin embargo, esto es parte de la creatividad de quienes hacen un noticiero, siendo un ejemplo Radio La Luna que mediante la participación del público, utilización de efectos musicales, y entrevistas ha logrado mayor acogida que otros noticieros.
- Por lo general el dueño del medio, o quien tiene la representación de una emisora se otorga el derecho a hacer comentarios sobre lo que acontece en el país, es algo que se puede evidenciar claramente en las cuatro emisoras seleccionadas.
- En todas las emisoras investigadas que transmiten noticieros, con excepción de Radio Quito, no cuentan con una estructura adecuada, más bien la improvisación es un factor que siempre está presente. Según lo manifiestan quienes laboran en estos medios, se debe a que quienes hacen radio, son

personas son mucha experiencia que no necesitan seguir un orden, y la preparación de un noticiero es vista como algo simple en relación con la televisión.

- La transmisión de cuñas comerciales es vista como una interrupción de un noticiero. Los oyentes prefieren que éstas sean en menor cantidad y que vayan al inicio o final de un programa de noticias.

#### **RECOMENDACIONES:**

- El primer cambio debe comenzar en la radio, y se precisa de creatividad, innovación, profesionalismo y flexibilidad para poder enfrentar los cambios profundos de la tecnología y los requerimientos sociales<sup>45</sup>. Los avances tecnológicos que se presentan día a día conjuntamente con radiólogos profesionales pueden lograr cambios en la radio de forma paulatina y, evitar que quede desplazada por la televisión en su totalidad.
- La radio para lograr mayor aceptación debe responder a las necesidades y demandas de sus audiencias a las cuales debe acompañar, informar y contribuir a mejorar su calidad de vida con información acertada, como lo mencionó en una entrevista que se efectuó al Lcdo. Jorge Melo - Jefe de Información de Teleamazonas. Radio Quito, La Luna y Visión en cierto modo si contribuyen con información útil al oyente.
- Es imperativo que los medios radiales investigados: Radio Visión, La Luna, y Democracia cuenten con una estructura adecuada para todos y cada uno de sus programas, con el fin de que demuestren que la radio también es un medio valioso y creativo que puede tener incluso mayor alcance que la televisión. La

---

<sup>45</sup> Los Desafíos de la Radio en el Nuevo Milenio, Colección de encuentros, Editor Edgar Jaramillo

no presentación de imágenes por parte de la radio no es justificación para realizar las cosas de forma desorganizada e improvisada.

- Los noticieros radiales deben elaborarse con noticias propias, sin recurrir siempre a otras fuentes como lo hacen los cuatro noticieros en mención y otros más. La investigación de las noticias por cuenta propia, contribuye a que un medio gane mayor aceptación y credibilidad.
- Mayor dinámica y creatividad se sugiere en los programas radiales, como en el caso de Radio La Luna. Varios de los encuestados creen que es imprescindible que se recurra a más efectos de sonidos, mayor cobertura. Por lo general, en radio las noticias son presentadas de una forma fría, lo que no capta la atención del oyente.
- Los noticieros deben crear mayor espacio para la opinión del público en general, como bien lo hace Radio La Luna, lo que en buena parte, ha contribuido al éxito de esta emisora.
- En un noticiero recomendamos que se limite la cantidad de publicidad, y se dedique más espacio a las noticias. La variedad en información también deben incluir en un noticiero, para que sea más ameno, y agradable para el público.
- Recomendamos de manera especial a Radio Democracia, la creación de una estructura para su noticiero, así como también introducir información que ayude a la comunidad en general, como puede ser: segmentos sobre realización de trámites, información cultural, etc.

## CAPITULO IV

### 4.1 NUESTRA PROPUESTA

Esta idea nace ante los resultados de encuestas realizadas en tres barrios de la ciudad, que corroboran nuestra propia perspectiva de que en la ciudad de Quito no existe un noticiero que satisfaga las necesidades de una sociedad en un mundo que continuamente cambia. Actualmente el tiempo se restringe, por las diversas actividades que cada uno tiene que cumplir a diario. No hay suficiente tiempo para perderlo, averiguando cosas que a la final resultan ser simples, pero tampoco hay medios que proporcionen información útil que permita ganar tiempo a las personas. Uno de nuestros objetivos con la propuesta, es dar a conocer a diario la realización de varios trámites, así como consejos prácticos que son muy valiosos para la comunidad, entre otros.

Desde el comienzo de nuestro estudio, hicimos una observación referente a que casi todos los medios radiales no cuentan con una estructura adecuada para un noticiero. Realizamos un seguimiento escuchando los noticieros, y pudimos constatar que las noticias son extraídas de la prensa escrita o en muchos casos de los noticieros televisivos. Esta situación nos llevó a determinar que las emisoras no cuentan con reporteros que investiguen por cuenta propia, sino que optan por el camino más fácil que es recolectar noticias de otros medios.

Robert Mcleish afirma que “noticias es aquello que es nuevo, interesante y cierto”. Tal precepto no se cumple, porque una noticia repetida ya no constituye algo nuevo, ni interesante.

Si Mario Kaplún afirma que “la radio está al alcance de todos, su influencia es muy grande y seguirá ampliándose de manera especial en aquellos conglomerados sociales que no tienen acceso a otros medios de difusión, que requieren de cambios y transformaciones urgentes”, es menester por lo tanto que los programas radiales deben innovarse, con información útil, veraz y entretenida para que gane más adeptos.

La participación del público es algo que las encuestas muestran como un factor que se debe añadir a los noticieros. El mismo hecho de que la radio no transmite imágenes, es motivo mayor para que haya interacción con el público, a fin de que sientan que el rol de una emisora no se limita a transmitir información, sino también a ayudar e influir sobre la sociedad de forma positiva. En nuestra propuesta creamos un espacio para interactuar con el oyente, con el fin de que nos den a conocer sus inquietudes y opiniones respecto de un acontecimiento.

Con nuestra propuesta sobre un noticiero diferente, queremos contribuir a mejorar las cosas, y que la propuesta se convierta en un modelo de noticiero a seguir.

Adicionalmente, cabe destacar que para nosotras esta propuesta constituyó un reto, ya que, en los estudios de grabación existen prototipos de noticieros, partiendo desde la música y el contenido de la información; por lo tanto creimos oportuno presentar dos grabaciones, cuyo objetivo inicial desde luego no varía, pero estamos conscientes que los efectos sonoros del primer producto son casi similares a los de un noticiero tradicional; en tanto que en la segunda grabación, la música de fondo utilizada es nacional.

#### 4.1.1 PROPUESTA DE NOTICIERO RADIAL

Los noticieros radiales son abundantes, casi el setenta por ciento de las radios del país tiene un esquema similar y ofrece una cuota muy baja de innovación.

Actualmente los programas más escuchados no necesariamente tienen alta audiencia porque ofrecen un tipo de información adecuada, interesante, y útil.

Cuenta la tradición, el nombre y el prestigio del medio de comunicación o de los conductores del programa.

La mayoría de los auspiciantes se están inclinando por anunciar en programas musicales, revistas familiares o programas interactivos que atraigan mayor audiencia, ya que los programas de noticias en la radio han logrado poco o ningún éxito por:

1. Esquema formal igual a la mayoría de programas.
2. Lenguaje que pone una barrera o gran distancia con el oyente.
3. Difusión de música y temas que interesan solo a estratos y edades muy limitadas.
4. Producción pobre y poco atractiva.

Por todos estos antecedentes, creemos que es necesario la elaboración de un nuevo formato para la difusión de un programa interactivo de noticias, que cubra varias de las limitaciones antes citadas y que se convierta en una alternativa para el oyente.

Un programa que cumpla con las siguientes características:

- Transmisión de las noticias nacionales e internacionales precedidas por cortinas musicales
- Hechos novedosos del Ecuador y del Mundo

- Breves intervenciones del público por medio de llamadas telefónicas
- Información diaria sobre un hecho positivo referente a la gente de nuestro País
- Segmentos sobre: información de trámites, notas sobre salud, consejos prácticos, y un segmento sobre sitios turísticos del país, ya que la mayoría de la población no conoce las bellezas naturales del Ecuador, ya es preciso que el turismo se lo explote primero con nuestra gente.
- La cartelera cinematográfica anunciando los estrenos de temporada.
- Y, finalmente queremos indicar que la transmisión de comerciales es bastante limitada (menos de un minuto).

## **OBJETIVOS**

El programa que proponemos cumple con tres objetivos: Informar, educar y entretener.

### **INFORMAR:**

Sobre principales noticias que provengan de nuestras propias fuentes de investigación, y no bajo el esquema de lectura de noticias de la prensa escrita como generalmente lo hacen otros noticieros.

### **EDUCAR:**

Con recomendaciones y consejos para el oyente sobre temas del diario vivir.

### **ENTRETENER:**

Novedades que tienen lugar dentro y fuera del País, notas curiosas, lugares para visitar.

Todos estos ambiciosos objetivos podrán cumplirse con creatividad, producción apropiada, con una buena conducción, con los medios y recursos necesarios.

### **FINANCIAMIENTO:**

Las alternativas de financiamiento se ajustan a las modalidades convencionales. Hablamos de co-producción, arrendamiento de espacios o el pago de servicios

profesionales. Podría ser otra opción de modalidad mixta, un pago mensual más un porcentaje determinado en la venta de la publicidad.

### **ESQUEMA DEL NOTICIERO**

TIPO: Noticiero interactivo  
DURACIÓN: 18 - 20 minutos  
PERIODICIDAD: Diaria  
HORARIO: 5:40 - 6:00 A.M. (Mañana)  
CONDUCCIÓN: Dos locutoras, y dos productores  
NOMBRE DEL PROGRAMA: “ANTES DE LAS SEIS”

#### **4.1.2 ESQUEMA PROGRAMA 1 “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 1)**

5:40:00 Presentación (26')  
5:40:34 Cortina.- Los temas del día (4')

5:40:38	6 hechos nacionales (3:27')
5:44:05	Cortina.- Editorial (2')
5:44:07	Comentario (42')
5:44:49	Cortina.- Qué pasa fuera del Ecuador (2')
5:44:51	6 noticias internacionales (2:18')
5:47:09	Cortina.- Cosas curiosas del Ecuador y el Mundo (2')
5:47:11	5 hechos curiosos (2:21')
5:49:32	Cortina.- Consejo de Salud o Tránsito (15')
5:49:47	Comerciales (36')
5:50:23	Cortina.- Pronóstico del clima (15')
5:50:38	Cortina.- Te cuento un dato (2')
5:50:40	Dato para reflexionar (20')
5:51:00	Dramatizado (16')
5:51:16	Cortina.- Comentario (3')
5:51:19	Comentario en base al dramatizado (16')
5:51:35	La pregunta del día (18')
5:51:53	Cortina.- Respuesta de oyentes (1:14')
5:53:07	Cortina.- Hechos positivos (2')
5:53:09	Noticia positiva, optimista (53')
5:54:02	Cortina.- Segmento del día (4')
5:54:06	Cómo es el trámite (26')
5:54:32	Cortina.- Guía Médica (45')
5:55:17	Cortina.- Qué debemos cuidar (1:00)
5:56:17	Cortina.- Qué debemos conocer (1:10')
5:57:27	Cortina.- Cartelera cinematográfica (5')
5:57:32	Descripción de los últimos estrenos (53')
5:58:25	Cortina (5')
5:58:30	Despedida (18')
5:58:48	Culminación del noticiero

#### 4.1.3 LIBRETO 1 DE NOTICIERO “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 1)

CONTROL EFECTO DE ENTRADA (5”) (PRESENTACIÓN) ENTRA Y SE CORTA

SONI Amigos oyentes sean bienvenidos a una emisión más de “antes de las seis”. Los pequeños rayos de sol que comienzan a aparecer, nos prometen un hermoso día Beatriz

BEATRIZ Así es Soni, y desde luego con la especial y grata compañía de nuestros amigos oyentes, quienes, a este espacio, lo convierten en un maravilloso acontecimiento cada mañana.

CONTROL CORTINA CD 1 (3”) (LOS TEMAS DEL DÍA) ENTRA Y SE CORTA

BEATRIZ **Quito operaba como centro de enlace para los altos jefes de las FARC.-** La capital de Ecuador era estratégica para las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Desde el 2002, tras la expulsión de ese grupo de la zona de distensión en el Caguán, altos jefes de la guerrilla frecuentaban Quito para descansar, establecer contactos internacionales o desplazarse a otros países. En el 2003, uno de los siete miembros del Secretariado de esa insurgencia estuvo en la ciudad. La injerencia de las FARC en el país tiene más de 30 años, pero no hubo actos violentos. La captura del subversivo “Simón Trinidad”, en Quito, el viernes 2, cambió el escenario de neutralidad, según fuentes militares.

CONTROL EFECTO CD 2 (2”) (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA

SONI **EE.UU, optimista con la gestión de Gutiérrez.-** El Gobierno de Estados Unidos señala que el papel que debe jugar Ecuador frente al conflicto colombiano es el de “buen vecino”. La embajadora Kristie Kenney dice que “la mejor ayuda que Ecuador puede ofrecer es protegerse para cerrar el paso a narcoterroristas”. Reconoce que para lograr un acuerdo bilateral de inversión, primero se deben solucionar los problemas tributarios con las empresas de EE.UU.

CONTROL EFECTO CD 2 (2”) (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA

BEATRIZ **El cuidado de 54 000 niños en riesgo por problemas políticos.-** En el Centro de Promoción integral de la Mujer del Comité del Pueblo, en Quito, una sola mujer cuida a los niños de seis meses a tres años, mientras sus padres trabajan. Sin embargo, este tipo de atención puede suspenderse por los problemas políticos en el Programa Operación Rescate Infantil (ORI) del Ministerio de Bienestar Social. Las 1250 guarderías no reciben, desde el 1 de enero, los 85 centavos diarios que el Gobierno destina para la alimentación de cada menor. Las madres protestan en las oficinas del ORI.

CONTROL EFECTO CD 2 (2”) (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA

SONI **El Gobierno apresó a Cholango.-** La captura del titular de la Ecuarrunari, quien fue liberado la noche del viernes 13, provocó la protesta de los organismos indígenas, que anunciaron movilizaciones. Humberto Cholango fue detenido, por orden del Intendente de Policía de Pichincha, la causa: calificar de “mentiroso, incapaz e incoherente al Presidente”.

CONTROL EFECTO CD 2 (2”) (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA

BEATRIZ **Galápagos: su reserva marina está en peligro.-** Los pescadores lograron que el Instituto Nacional Galápagos (Ingala) pida la derogatoria del reglamento de la pesca artesanal en la Reserva Marina. Las ONG cuestionan la medida y señalan que el pedido no tiene un adecuado sustento jurídico.

- CONTROL EFECTO CD 2 (2") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
SONI **Gas, gasolina, medicinas y luz no subirán.-** El ministro de Economía y Finanzas, anunció, que el precio del gas no subirá, “se mantendrá en 1.60 el cilindro de 15 kilos”. Se refirió a que el Gobierno estudia un mecanismo por medio del cual “sólo quienes poseen mayores recursos económicos” sean quienes paguen un valor adicional. Opciones como hacerlo a través de la planilla de pagos de energía eléctrica o por la vía de descuentos en cuenta bancaria no están descartadas ni confirmadas aún. Por lo tanto, tampoco se tiene precisión de cuántos ingresos adicionales se generarán para el financiamiento fiscal.
- CONTROL CORTINA CD 3 (1") (NUESTRO COMENTARIO) ENTRA Y SE CORTA  
BEATRIZ Los problemas que día a día surgen, son un indicio de que nuestro país no se encuentra en buenas manos. Las crisis política, económica y social parecen no tener fin; sin embargo, nuestras esperanzas como ciudadanos ecuatorianos, no han desaparecido aún. Estos problemas, si en muchas ocasiones nos agobian, deben también llevarnos a pensar en un cambio, y que no quede como una utopía, sino que se haga realidad, y esa realidad sólo la podemos concretar nosotros mismos. Si queremos un Ecuador diferente para las actuales y futuras generaciones, comencemos por erradicar ese gran mal llamado corrupción y que lo vemos principalmente en las esferas políticas de nuestro país.
- CONTROL CORTINA CD 4 (2") (QUÉ PASA FUERA DEL ECUADOR) ENTRA Y SE CORTA  
SONI **Bolivia resucita su aspiración de salir al Pacífico.-** El Gobierno de La Paz, con el apoyo de Venezuela, busca un acceso soberano al mar, que Chile le arrebató tras un conflicto armado de cinco años. El Régimen de Santiago excluye la concesión de territorio a su país vecino.
- CONTROL EFECTO CD 2 (2") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
BEATRIZ **La violencia continúa en Bagdad.-** El número de soldados estadounidenses muertos en Irak desde el inicio de la invasión se elevó ayer a 500. El principal motivo para que la violencia no cese, se debe a la ocupación de territorio iraquí por parte de las tropas norteamericanas. Se prevé una cita en la que se discutirá acerca de una transferencia de poder, el 30 de junio de este año, a los iraquíes, acordada por el Consejo de Gobierno y las fuerzas lideradas por EE.UU, el 15 de noviembre.
- CONTROL EFECTO CD 2 (2") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
SONI **Marcha por Irak.-** Miles de manifestantes protestaron ayer en Washington contra la política estadounidense en Iraq. La marcha constituyó la primera gran manifestación popular desde que el presidente, George W. Bush, declarara. el 1 de mayo de 2003, que el combate principal en territorio iraquí había terminado.

- CONTROL EFECTO CD 2 (2") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ **La amenaza terrorista persiste en Arabia.-** Varias advertencias occidentales de atentados en Arabia Saudita confirmaron las sospechas de las autoridades de ese país, que detuvieron a numerosos islamistas acusados de preparar ataques. Ayer, la Embajada de EE.UU. en Riad lanzó una advertencia similar, para el domingo o lunes.
- CONTROL EFECTO CD 2 (2") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 SONI **California: "Paro económico de hispanos.-** Miles de hispanos en California se sumaron el viénes en los Angeles, a un boicot en protesta por la revocación de una ley que permitiría a los inmigrantes indocumentados obtener licencias de conducir. La medida denominada "Paro económico", afectó las áreas laboral y escolar y el consumo.
- CONTROL EFECTO CD 2 (5") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ **Paraguay no dará inmunidad a EE.UU.-** El Gobierno de Paraguay se negó a otorgar inmunidad a funcionarios de EE.UU., ante la Corte Penal Internacional (CPI). El anuncio fue hecho ayer por la Cancillería paraguaya, en un comunicado. Washington había exigido a Paraguay la firma de un tratado bilateral, que soslayara el Tratado de Roma. Este creó la CPI, con sede en la Haya.
- CONTROL CORTINA CD 4 (2") (COSAS CURIOSAS DEL ECUADOR Y EL MUNDO)  
 SONI **Ecuador: El agua de La Maná sorprende a EE.UU y Austria.-** Ingenieros del Departamento de Metalurgia de la Escuela Politécnica Nacional (EPN) confirmaron en mayo de 2003 que el líquido contiene trazas de oro y posee un alto nivel de energía. En Austria también se analizó el líquido. Según el estudio, una de las mejores aguas que hay en Europa, conocida como Evian, alcanza los 800.000 Bovis de energía, pero el agua de La Maná sobrepasa el millón. El agua, denominada "Splendor" se distribuye en el país, y pronto se exportará a Estados Unidos y Austria.
- CONTROL EFECTO CD 2 (4") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ **Un panel solar dotará de energía a una escuela en Galápagos.-** El Instituto de Bachillerato Johann-Rist-Gymnasium situado en Wedel, Alemania, inició la instalación de un panel solar en la escuela "Cornelio Izquierdo" situada en la Isla Isabela. La energía eléctrica en Galápagos proviene casi únicamente de generadores diésel, que producen gases tóxicos y su rendimiento es bajo. La cantidad promedio de energía eléctrica producida por el panel llamado Comet es de 1 kilovatio. Ecuador es el quinto país en América Latina beneficiado con el panel.
- CONTROL EFECTO CD 2 (2") (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 SONI **Los japoneses llevaron los robots a la pecera.-** El grupo empresarial japonés Mitsubishi Heavy Industry desarrolló un nuevo pez robot que mide un metro de largo y pesa 17 kilogramos. El animal electrónico, entre otras cosas, es capaz de nadar 0.4 metros por segundo en el agua. El pez fue presentado en Tokio, el pasado 15 de octubre. La compañía también ha logrado diseñar playas artificiales.

CONTROL EFECTO CD 2 (2'') (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ **Internet llega a los aviones y Barcos.-** Boeing ofrecerá a sus usuarios la posibilidad de utilizar videoconferencia a 10 000 metros de altitud. Este servicio será ofertado también a la industria marítima. La conexión se consigue a través de un servicio de banda ancha desarrollado vía satélite por la firma Boeing.

CONTROL EFECTO CD 2 (2'') (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y SE CORTA  
 SONI **El hierro es efectivo para tratar suelos.-** Un polvo hecho de hierro será utilizado para tratar suelos y aguas contaminadas. Según un estudio de la Universidad de Lehigh, en EE.UU., este tipo de partículas funciona como los tratamientos biológicos que usan bacterias para metabolizar toxinas.

CONTROL CORTINA CD 5 (2'') BOMPER (CONSEJO DE SALUD O TRÁNSITO)  
ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ Para prevenir accidentes al cruzar avenidas principales y congestionadas, utilice los puentes peatonales, lo que probablemente le tome más tiempo, pero garantiza su seguridad al cruzar vías.

CONTROL COMERCIALES CD 6 (36'')

CONTROL CORTINA CD 7 (2'') (PRONÓSTICO DEL CLIMA) ENTRA Y SE  
CORTA  
 SONI Se pronostica un día con un cielo parcialmente nublado, con lloviznas en la tarde. Recomendamos el uso de ropa abrigada para evitar posibles resfríos.

CONTROL CORTINA CD 8 (2'') (TE CUENTO UN DATO) ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ **El agujero de ozono aumenta.-** El agujero en la capa del ozono situado sobre la Antártida se ha aproximado al récord. Según las mediciones realizadas recientemente, el máximo tamaño alcanzado por el agujero de la capa del ozono sobre el polo sur fue de 10.9 millones de millas cuadradas.

CONTROL (DRAMATIZADO) CD 9  
 ACTOR 1 Oiga! doctorsito necesito el certificado para que mi hija vaya a la escuela  
 ACTOR 2 Haber! señoras salgan! sólo se va a atenderrr en la mañana, no alcanzan los turnos para la tarde, el médico no va a trabajar gratis, ques pues!  
 ACTOR 3 Y ahora que hacemos? nos fregamos!

CONTROL EFECTO CD 2 (2'') ENTRA Y SE CORTA  
 BEATRIZ **Comentario:** Este es el drama que se vive en los centros y casas de salud públicos. La decisión de los médicos de laborar apenas cuatro horas diarias, por causa del paro médico que mantienen, perjudica a muchas personas que no cuentan con suficientes recursos económicos para acudir a clínicas u hospitales privados.

SONI En base a esta coyuntura, formulamos:

La pregunta del día: Considera que el paro de médicos es una medida justa?. Recuerde! para sus respuestas y opiniones comuníquese al 2491222 o al 2507212.

CONTROL MUSICA CD 10 (2'') (LLAMADAS AL AIRE (48 APROX) ) ENTRA Y SE CORTA

Tenemos una llamada al aire, Buenos días, su opinión por favor

**Llamada 1:** Buenos días señorita, vea hoy yo a la madrugada me fui a coger turno, antes de las seis estuve, y recién después de dos horas me atienden, qué ha de serrrr, vea yo creo que los más afectados son los niños, no es posible que ellos tengan que pagar, ellos deben ponerse a pensar que también somos seres humanos. gracias.

Gracias por su llamada señora.

Tenemos a otro oyente en la línea, buenos días, le escuchamos

**Llamada 2:** Buenos días, verá yo sé que los médicos necesitan ganar más, pero esa no es la forma de protestar, dejando de atender a los que más necesitan. Ellos deben organizar una comisión o un grupo representativo para que acuda a pedir audiencia al Ministro de Salud, y así no dejar desamparados a los más desprotegidos, gracias niña.

CONTROL EFECTO CD 2 (2'') ENTRA Y SE CORTA

SONI Hasta el momento hemos receptado dos llamadas telefónicas, en las que se da a conocer el descontento y malestar existentes en la población por la medida que adoptaron los médicos hace cinco días. Continúe marcando nuestras líneas para emitir sus respuestas y opiniones a nuestra pregunta de hoy, y en el transcurso del programa.

CONTROL CORTINA CD 11 (2'') (HECHOS POSITIVOS) ENTRA Y SE CORTA

BEATRIZ **Un pintor indígena está exponiendo en España.-** El pintor ecuatoriano Juan Manuel Fernández Cuichán expone en la ciudad castellana de Avila cerca de una treintena de pinturas, esculturas y joyas, cuyo proceso de elaboración le ha permitido “no sentir la gran soledad del emigrante”. Fernández Cuichán estudió Bellas Artes en su país y sus obras han formado parte de 30 exposiciones individuales y colectivas en Ecuador, Venezuela y España. Vive en la localidad de Cuevas del Valle, en la provincia de Avila, desde su llegada a España el 4 de mayo de 2000 procedente de Ecuador. El artista ecuatoriano se define como un “expresionista indígena” con influencia naif, que expresa lo que ve en “la vida real”, de ahí que sus coloridos cuadros aborden la maternidad, relacionada con la añoranza de su país y, sobre todo, de sus dos hijas, de 4 y 6 años.

CONTROL CORTINA CD 12 (4'') (SEGMENTO DEL DÍA) ENTRA Y SE CORTA

SONI **Cómo es el trámite?.-** Para evitar congestionamiento y largas colas al realizar sus pagos de luz, agua y teléfono en la empresa eléctrica, de agua potable, y Andinatel, ahora también puede hacerlo en cualquiera de las agencias de Servipagos que prestan estos servicios, o por medio del Banco de

su preferencia, situados al norte, centro y sur de la ciudad, así ahorrará tiempo.

CONTROL CORTINA CD 13 (2'') (GUÍA MÉDICA) ENTRA Y SE CORTA

BEATRIZ **Cómo prevenir las complicaciones tardías de la diabetes.**- El simple control esporádico de glucosa que se realiza en el laboratorio, no ayuda a conocer el metabolismo del paciente en sí, por ello que el gran cambio que se produce en el tratamiento, control y prevención de complicaciones, es cuando se integran al arsenal terapéutico el autocontrol y monitoreo de la glucosa sanguínea en el hogar, ya que en la actualidad la medicina ha creado aparatos técnicamente desarrollados y de fácil manejo, así el diabético en su propia casa puede conocer las variaciones de su glucosa y sus determinantes en forma inmediata, a cualquier hora del día o la noche y a bajos costos, en fin, puede realizarse un diagnóstico a tiempo.

CONTROL CORTINA CD 14 (2'') (QUÉ DEBEMOS CUIDAR? LA MAGIA Y EL ENCANTO DE LA NATURALEZA NECESITAN SU PROTECCIÓN) ENTRA Y SE CORTA

SONI **El tren vuelve a recorrer los parajes de Boliche.**- En la vieja estación de Chimbacalle se oye un campanazo, es el anuncio de que el tren parte, es una especie de bus que va sobre rieles y que se resiste a desaparecer del país. Esta máquina funciona a diesel, va cuatro veces por semana al Boliche, un área de recreación en las faldas del volcán Cotopaxi, sin embargo en varios lugares la vía férrea necesita reparaciones: Alóag, Lasso, Yambo, Alausí, las autoridades poco o nada hacen, solo la buena voluntad de los dueños de las haciendas aledañas, municipios locales, y la comunidad dan un mantenimiento emergente. Después de cuatro horas de viaje un pitazo marca el final del viaje, los pasajeros descansan en el Boliche y retornan a Quito, luego de haber vivido un recorrido que les reencontró con una parte del pasado.

CONTROL CORTINA CD 15 (2'') (QUÉ DEBEMOS CONOCER?. EL ECUADOR INSULAR Y CONTINENTAL ESPERAN SU VISITA.) ENTRA Y SE CORTA

BEATRIZ En esta ocasión les presentaremos otro hermoso sitio natural del Ecuador, digno de conocerlo, es el Cerro de Quinuales, que se encuentra ubicado a 35 kilómetros al oriente de Píllaro, en Tungurahua. Para ingresar a las tierras bajas del Quinuales hay que sortear una serie de quebradas, que en verano se las puede explorar con facilidad, cubiertas de plantas nativas de pucci, que se asemejan a un paraguas gigante. Se observan aves de vistosos colores. Luego de cuatro horas de caminata desde la rica región agrícola de la comuna San Marcos, en la parroquia Marcos Espinel, el chaquiñán desemboca en una gran planicie cubierta de lastre, la vegetación desaparece y da paso a una mole gigantesca de roca, es el Quinuales, cerca de éste están la laguna de Angascocha, donde frecuentan venados, aves silvestres, garzas en miniatura.

A quienes aman la naturaleza les invitamos a conocer este hermoso paraje, desde luego, uno de los sitios donde se puede vivir una aventura inolvidable.

CONTROL CORTINA CD 16 (5'') (CARTELERA CINEMATOGRAFICA) ENTRA Y SE CORTA

SONI Y BEATRIZ Y para finalizar amigos oyentes, les presentamos los últimos estrenos de temporada, para que usted y su familia vayan a disfrutar de las maravillas del séptimo arte.

- Peter Pan en inglés y español en el Cinemark y Multicines, niños y adultos, precio para niños: 2.50 USD, adultos: 4.00 USD
- Los tramposos en el Cinemark, Multicines, Vía Ventura, 12 años en adelante, precio: 4.00 USD
- Aquellos Viejos Tiempos en el Cinemark, Multicines y Vía Ventura, 15 años en adelante, precio: 4.00 USD.

Recuerde para sus reservaciones con Master Card en el Cinemark comuníquese al 2262026.

Y con Diners en el Multicines, comuníquese gratis al 1800EICINE.

CONTROL FONDO CORTINA CD 17 (5") (DESPEDIDA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ Amigos esto ha sido todo por hoy, y nos despedimos recordándole que mañana estaremos con ustedes a la misma hora, y en la misma frecuencia 99.4 en una emisión más de "ANTES DE LAS SEIS".

#### 4.1.4 ESQUEMA PROGRAMA 2 “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 2)

- 5:45            Presentación (26”)
- Los temas del día  
3 hechos nacionales
  - Editorial  
Comentario
  - Qué pasa fuera del Ecuador  
3 noticias internacionales
  - Cosas curiosas del Ecuador y el Mundo  
2 hechos curiosos
  - Consejo de Salud o Tránsito
  
  - Pronóstico del clima
  
  - Dramatizado  
Comentario en base al dramatizado
  - La pregunta del día  
Respuesta de oyentes
  - Hechos positivos  
Noticia positiva, optimista
  - Segmento del día  
Cómo es el trámite  
Guía Médica  
Qué debemos cuidar  
Qué debemos conocer
  - Cartelera cinematográfica.- Descripción de los últimos estrenos
  - Despedida
- 5:58:40        Culminación del noticiero

#### 4.1.5 LIBRETO 2 DE NOTICIERO “ANTES DE LAS SEIS” (GRABACIÓN 2)

##### CONTROL MÚSICA DE ENTRADA CD 1 (PRESENTACIÓN) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

- SONI Amigos oyentes sean bienvenidos a una emisión más de “antes de las seis”. Los pequeños rayos de sol que comienzan a aparecer, nos prometen un hermoso día Beatriz
- BEATRIZ Así es Soni, y desde luego con la especial y grata compañía de nuestros amigos oyentes, quienes, a este espacio, lo convierten en un maravilloso acontecimiento cada mañana.

##### CONTROL MUSICA CD 2 (LOS TEMAS DEL DÍA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

- SONI Empezamos con las noticias del día
- BEATRIZ **Quito operaba como centro de enlace para los altos jefes de las FARC.-** La capital de Ecuador era estratégica para las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).
- SONI Así es, desde el 2002, tras la expulsión de ese grupo de la zona de distensión en el Caguán, altos jefes de la guerrilla frecuentaban Quito para descansar, establecer contactos internacionales o desplazarse a otros países.
- BEATRIZ En el 2003, uno de los siete miembros del Secretariado de esa insurgencia estuvo en la ciudad. La injerencia de las FARC en el país tiene más de 30 años, pero no hubo actos violentos. La captura del subversivo “Simón Trinidad”, en Quito, el viernes 2, cambió el escenario de neutralidad, según fuentes militares.

##### CONTROL MUSICA CD 3 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

- BEATRIZ **El cuidado de 54 000 niños en riesgo por problemas políticos.-** En el Centro de Promoción integral de la Mujer del Comité del Pueblo, en Quito, una sola mujer cuida a los niños de seis meses a tres años, mientras sus padres trabajan.
- SONI Sin embargo, este tipo de atención puede terminarse por los problemas políticos en el Programa Operación Rescate Infantil (ORI) del Ministerio de Bienestar Social.
- BEATRIZ Las 1250 guarderías no reciben, desde el 1 de enero, los 85 centavos diarios que el Gobierno destina para la alimentación de cada menor. Las madres protestan en las oficinas del ORI.

##### CONTROL MÚSICA CD 4 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

- BEATRIZ **Galápagos: su reserva marina está en peligro.-** Los pescadores lograron que el Instituto Nacional Galápagos (Ingala) pida la derogatoria del reglamento de la pesca artesanal en la Reserva Marina.
- SONI Las ONG cuestionan la medida y señalan que el pedido no tiene un adecuado sustento jurídico.

CONTROL MÚSICA CD 5 (NUESTRO COMENTARIO) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ Los problemas que día a día surgen, son un indicio de que nuestro país no se encuentra en buenas manos. Las crisis política, económica y social parecen no tener fin; sin embargo, nuestras esperanzas como ciudadanos ecuatorianos, no han desaparecido aún. Estos problemas, si en muchas ocasiones nos agobian, deben también llevarnos a pensar en un cambio, y que no quede como una utopía, sino que se haga realidad, y esa realidad sólo la podemos concretar nosotros mismos.

SONI Así es, si queremos un Ecuador diferente para las actuales y futuras generaciones, comencemos por erradicar ese gran mal llamado corrupción y que lo vemos principalmente en las esferas políticas de nuestro país.

CONTROL MÚSICA CD 6 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Bagdad.-** El número de soldados estadounidenses muertos en Irak desde el inicio de la invasión se elevó ayer a 500. El principal motivo para que la violencia no cese, se debe a la ocupación de territorio iraquí por parte de las tropas norteamericanas.

SONI Se prevé una cita en la que se discutirá acerca de una transferencia de poder, el 30 de junio de este año, a los iraquíes, acordada por el Consejo de Gobierno y las fuerzas lideradas por EE.UU, el 15 de noviembre.

CONTROL MÚSICA CD 7 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **La amenaza terrorista persiste en Arabia.-** Varias advertencias occidentales de atentados en Arabia Saudita confirmaron las sospechas de las autoridades de ese país, que detuvieron a numerosos islamistas acusados de preparar ataques.

SONI Ayer, la Embajada de EE.UU. en Riad lanzó una advertencia similar, para el domingo o lunes.

CONTROL MÚSICA CD 8 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Paraguay no dará inmunidad a EE.UU.-** El Gobierno de Paraguay se negó a otorgar inmunidad a funcionarios de EE.UU., ante la Corte Penal Internacional (CPI).

SONI Este anuncio fue hecho ayer por la Cancillería paraguaya, en un comunicado. Washington había exigido a Paraguay la firma de un tratado bilateral, que soslayara el Tratado de Roma.

CONTROL MÚSICA CD 9 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Un panel solar dotará de energía a una escuela en Galápagos.-** Wedel, Alemania, inició la instalación de un panel solar en la escuela “Cornelio Izquierdo” situada en la Isla Isabela. La energía eléctrica en Galápagos proviene casi únicamente de generadores diésel, que producen gases tóxicos y su rendimiento es bajo.

SONI La cantidad promedio de energía eléctrica producida por el panel llamado Comet es de 1 kilovatio. Ecuador es el quinto país en América Latina beneficiado con el panel.

CONTROL MÚSICA CD 10 (CAMBIO DE NOTICIA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Internet llega a los aviones y Barcos.**- Boeing ofrecerá a sus usuarios la posibilidad de utilizar videoconferencia a 10 000 metros de altitud. Este servicio será ofertado también a la industria marítima.

SONI Es importante conocer que la conexión se consigue a través de un servicio de banda ancha desarrollado vía satélite por la firma Boeing.

CONTROL MÚSICA CD 11 BOMPER (CONSEJO DE SALUD O TRÁNSITO) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ Para prevenir accidentes al cruzar avenidas principales y congestionadas, utilice los puentes peatonales, lo que probablemente le tome más tiempo, pero garantiza su seguridad al cruzar vías.

CONTROL MÚSICA CD 12 (PRONÓSTICO DEL CLIMA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

SONI El día de hoy en Quito va a tener un cielo parcialmente nublado, con lloviznas en la tarde. Recomendamos el uso de ropa abrigada para evitar posibles resfríos.

CONTROL (DRAMATIZADO) CD 13

ACTOR 1 Oiga! doctorsito necesito el certificado para que mi hija vaya a la escuela

ACTOR 2 Haber! señoras salgan! sólo se va a atenderrr en la mañana, no alcanzan los turnos para la tarde, el médico no va a trabajar gratis, ques pues!

ACTOR 3 Y ahora que hacemos? nos fregamos!

CONTROL MUSICA CD 14 ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Comentario:** Este es el drama que se vive en los centros y casas de salud públicos. La decisión de los médicos de laborar apenas cuatro horas diarias, por causa del paro médico que mantienen, perjudica a muchas personas que no cuentan con suficientes recursos económicos para acudir a clínicas u hospitales privados.

SONI En base a esta coyuntura, formulamos:  
La pregunta del día: Considera que el paro de médicos es una medida justa?.  
Recuerde! para sus respuestas y opiniones comuníquese al 2491222 o al 2507212.

Tenemos una llamada al aire, Buenos días, su opinión por favor

**Llamada 1:** Buenos días señorita, vea hoy yo a la madrugada me fui a coger turno, antes de las seis estuve, y recién después de dos horas me atienden, qué ha de serrrr, vea yo creo que los más afectados son los niños, no es posible que ellos tengan que pagar, ellos deben ponerse a pensar que también somos seres humanos. gracias.

SONI Escuchamos a una niña, que a pesar de su corta edad, nos compartió el vivir diario por el que pasa su madre.

Control me indica que tenemos otra llamada al aire

Buenos días, le escuchamos

**Llamada 2:** Buenos días, verá yo sé que los médicos necesitan ganar más, pero esa no es la forma de protestar, dejando de atender a los que más necesitan. Ellos deben organizar una comisión o un grupo representativo para que acuda a pedir audiencia al Ministro de Salud, y así no dejar desamparados a los más desprotegidos, gracias niña.

SONI Gracias señora, gracias Ecuador por permitirnos conocer sus ideas. En las llamadas que hemos recibido se da a conocer el descontento y malestar existentes en la población por las medidas que adoptaron los médicos hace cinco días. Continúe marcando nuestras líneas, para compartir su opinión con nosotros.

CONTROL MÚSICA CD 15 ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Un pintor indígena está exponiendo en España.**- El pintor ecuatoriano Juan Manuel Fernández Cuichán expone en la ciudad castellana de Avila cerca de una treintena de pinturas, esculturas y joyas, cuyo proceso de elaboración le ha permitido “no sentir la gran soledad del emigrante”. Fernández Cuichán estudió Bellas Artes en su país y sus obras han formado parte de 30 exposiciones individuales y colectivas en Ecuador, Venezuela y España. Vive en la localidad de Cuevas del Valle, en la provincia de Avila, desde su llegada a España el 4 de mayo de 2000 procedente de Ecuador.

SONI Este artista ecuatoriano se define como un “expresionista indígena” que expresa lo que ve en “la vida real”, de ahí que sus coloridos cuadros aborden la maternidad, relacionada con la añoranza de su país y, sobre todo de su gente.

CONTROL MÚSICA CD 16 (SEGMENTO DEL DÍA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

SONI **Cómo es el trámite? - Cuál es el trámite para el pago de los servicios básicos-** Para evitar congestión y largas colas al realizar sus pagos de luz, agua y teléfono, ahora también puede hacerlo en cualquiera de las agencias de Servipagos que prestan estos servicios, o por medio del Banco de su preferencia, situados al norte, centro y sur de la ciudad, así ahorrará tiempo.

CONTROL MÚSICA CD 17 (GUÍA MÉDICA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

BEATRIZ **Cómo prevenir las complicaciones tardías de la diabetes.**- El simple control esporádico de glucosa que se realiza en el laboratorio, no ayuda a conocer el metabolismo del paciente en si, por ello que el gran cambio que se

produce en el tratamiento, control y prevención de complicaciones, es cuando se integran al arsenal terapéutico el autocontrol y monitoreo de la glucosa sanguínea en el hogar, ya que en la actualidad la medicina ha creado aparatos técnicamente desarrollados y de fácil manejo, así el diabético en su propia casa puede conocer las variaciones de su glucosa y sus determinantes en forma inmediata, a cualquier hora del día o la noche y a bajos costos, en fin, puede realizarse un diagnóstico a tiempo.

CONTROL MÚSICA CD 18 (QUÉ DEBEMOS CUIDAR? LA MAGIA Y EL ENCANTO DE LA NATURALEZA NECESITAN SU PROTECCIÓN) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

**SONI** **El tren vuelve a recorrer los parajes de Boliche.**- En la vieja estación de Chimbacalle se oye un campanazo, es el anuncio de que el tren parte, es una especie de bus que va sobre rieles y que se resiste a desaparecer del país. Esta máquina funciona a diesel, va cuatro veces por semana al Boliche, un área de recreación en las faldas del volcán Cotopaxi, sin embargo en varios lugares la vía férrea necesita reparaciones: Alóag, Lasso, Yambo, Alausí, las autoridades poco o nada hacen, solo la buena voluntad de los dueños de las haciendas aledañas, municipios locales, y la comunidad dan un mantenimiento emergente. Después de cuatro horas de viaje un pitazo marca el final del viaje, los pasajeros descansan en el Boliche y retornan a Quito, luego de haber vivido un recorrido que les reencontró con una parte del pasado.

CONTROL MÚSICA CD 19 (QUÉ DEBEMOS CONOCER?. EL ECUADOR INSULAR Y CONTINENTAL ESPERAN SU VISITA.) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

**BEATRIZ** En esta ocasión les presentaremos otro hermoso sitio natural del Ecuador, digno de conocerlo, es el Cerro de Quinuales, que se encuentra ubicado a 35 kilómetros al oriente de Píllaro, en Tungurahua. Para ingresar a las tierras bajas del Quinuales hay que sortear una serie de quebradas, que en verano se las puede explorar con facilidad, cubiertas de plantas nativas de pucci, que se asemejan a un paraguas gigante. Se observan aves de vistosos colores. Luego de cuatro horas de caminata desde la rica región agrícola de la comuna San Marcos, en la parroquia Marcos Espinel, el chaquiñán desemboca en una gran planicie cubierta de lastre, la vegetación desaparece y da paso a una mole gigantesca de roca, es el Quinuales, cerca de éste están la laguna de Angascocha, donde frecuentan venados, aves silvestres, garzas en miniatura.

A quienes aman la naturaleza les invitamos a conocer este hermoso paraje, desde luego, uno de los sitios donde se puede vivir una aventura inolvidable.

CONTROL MÚSICA CD 20 (CARTELERA CINEMATOGRAFICA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO

**SONI Y** Y para finalizar amigos oyentes, les presentamos los últimos estrenos de  
**BEATRIZ** temporada, para que usted y su familia vayan a disfrutar de las maravillas del séptimo arte.

- Peter Pan en inglés y español en el Cinemark y Multicines, niños y adultos, precio para niños: 2.50 USD, adultos: 4.00 USD

- Los tramposos en el Cinemark, Multicines, Vía Ventura, 12 años en adelante, precio: 4.00 USD
- Aquellos Viejos Tiempos en el Cinemark, Multicines y Vía Ventura, 15 años en adelante, precio: 4.00 USD.

Recuerde para sus reservaciones con Master Card en el Cinemark comuníquese al 2262026.

Y con Diners en el Multicines, comuníquese gratis al 1800EICINE.

CONTROL MÚSICA CD 21 (DESPEDIDA) ENTRA Y PERMANECE DE FONDO  
BEATRIZ Amigos esto ha sido todo por hoy, y nos despedimos recordándole que mañana estaremos con ustedes a la misma hora, y en la misma frecuencia 99.4 en una emisión más de “ANTES DE LAS SEIS”.

## BIBLIOGRAFIA

La bibliografía para la realización de nuestra tesis fue la siguiente:

- Alfaro, Rosa María, *Una comunicación para otro desarrollo*, Calandria, Lima, 1993, 129 pag.
- Balsebre, Armand, *El lenguaje radiofónico*, Editorial Cátedra, Madrid, España, 1996, 250 pag.
- Barbero, Jesús Martín, *Comunicación Masiva. Discurso y poder*, Editorial Época, Colección Intiyán, Quito, Ecuador, 249 pag.
- Berelson, Bernard, *Reader in public opinion and communication.*, Editorial Free Press, New York, EE.UU, 1912, 252 pag.
- Castillo, Daniel Prieto, *Análisis y producción de mensajes radiofónicos*,
- De la Torre Zermeño, De la Torre Hernández, *Taller de Análisis de la Comunicación II*,
- Eco, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*, Editorial Lumen, Barcelona, España, 1932, 403 pag.
- Escalante, Marco Vinicio, *El reportero radiofónico* , Editorial Belén, Colección Intiyán, Quito, Ecuador, [s.f.], 410 pag.
- Exceni, José Luis, *Políticas de comunicación*, Editorial Feso, Quito, Ecuador, [s.f.], 141 pag.
- Fiske, John, *Introducción al Estudio de la comunicación*, Editorial Norma, Londres, Inglaterra, 1982, 146 pag
- García Camargo, Jimmy, *La radio por dentro y por fuera*, Ediciones Ciespal, Quito, Ecuador, [s.f.], 415 pag
- González Requena, Jesús, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Editorial Cátedra, Madrid, España, 1999, 167 pag.
- Internet (páginas web)
- Kaplún, Mario, *Una pedagogía a la comunicación (El comunicador popular)*, Ediciones CIESPAL, Quito, Ecuador, 246 pag.
- Kaplún, Mario, *Producción de Programas de Radio*, Ediciones CIESPAL, Quito, Ecuador, 544 pag.
- López Vigil, José Ignacio, *Radialistas apasionados*, Artes Gráficas Silva, Quito, Ecuador, [s.f.], 550 pag.
- Mcleish, Robert, *Técnicas de creación y realización en radio*, Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba, 1989, 316 pag.
- McQuail, Denis y Windahl, Sven, *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, 1989, 199 pag.
- Ouro Alvez, Walter, *La radio la mayor pantalla del mundo*,
- Peralta, Jaime Andrés, *Periodismo e imaginarios, Signo y Pensamiento*, publicación semestral de la facultad de comunicación y lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, Primer semestre de 1997,
- Perceval, José María, *Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona, España, [s.f.], 136 pag.

- Price, Vincent, *La opinión pública: esfera pública y comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona, España, [s.f.], 141 pag.
- Van Dijk, Teun A., *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*, Editorial Paidós, Barcelona, España, [s.f.], 284 pag.
- Verón, Eliseo, *Lenguaje y comunicación social*, Colección Análisis y Perspectivas, Buenos Aires, Argentina, 1972, 399 pag.
- Young, Kimball, *Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1893, 249 pag.

# ANEXOS



## ENTREVISTA AL LCDO. JORGE IVAN MELO - JEFE DE INFORMACIÓN DE TELEAMAZONAS

### **1. *Qué opinión tiene usted acerca de la aceptación y actualidad de los noticieros radiales?***

En noticieros radiales, lamentablemente hay muy poco que decir, porque en la mayoría simplemente son la lectura permanente de periódicos. Un noticiero radial -a excepción de radio Quito y Platinum- está construido en dos fases: la primera, generalmente de una hora, que es la lectura exacta de un periódico, y la segunda, las entrevistas. Radio Quito, Tarquí y HCJB, están haciendo algo diferente, la segunda parte es igual, es decir con entrevistas, pero en la primera parte manejan su propia agenda informativa, es decir, que si la radio es una redacción para el oído, no se puede leer el periódico, porque este implica que la gente se detenga a leer, y cuando algo no entienda lo vuelva a leer. En la radio, en las redacciones, hay que escribir para el oído para que la gente, independientemente de cualquier actividad que esté realizando en ese momento, tenga la posibilidad de entender la información, por lo que hay que utilizar palabras no muy complicadas, hay que redondear las cifras, hay que reiterar la información una o dos veces para que la gente entienda, pero lamentablemente en nuestro país hacemos un periodismo radial informativo que no es otra cosa que la lectura de periódicos.

### **2. *Considera usted que debe hacerse cambios en las estructuras y en la forma como se emiten los noticieros radiales?***

Por supuesto, los noticieros no dan una información útil. Para qué es la radio? la radio es un medio de comunicación que llega a la mayor cantidad de gente que está haciendo una o varias actividades, y llega a aquellos lugares donde la televisión -a pesar del gran desarrollo tecnológico- todavía no ha llegado, entonces si la radio es un medio de masificación de la información, que llega a los lugares más recónditos del país, lo que se tiene que hacer es que los mensajes lleguen a toda esa gente con información útil, que le permita mejorar su calidad de vida, agilizar los trámites, que su vida sea menos complicada. Lamentablemente, la radio en la actualidad es una suerte de competencia, por ver quien más rápido llena los espacios, sin entender lo que demanda la gente de esos espacios.

### ***No cree que la radio ha sido desplazada por la televisión en cierto modo?***

Si y no. Si, porque a la hora pico, el horario triple A que se dice en TV, la gente que no quiere escuchar la radio, lo hace generalmente en las tardes los muchachos, y en las noches con las telenovelas y las películas ocupan la mayor cantidad de espacios, no así en la mañana, y parte de la tarde, la gente todavía escucha radio y muchas cosas las hace escuchándola. Hay que tomar en cuenta que con el desarrollo tecnológico también muchas personas en sus autos escuchan radio y, entonces ese desplazamiento puede ser parte de la cultura, pero en todo caso, yo creo que la radio sigue siendo el medio de mayor penetración, primero comercialmente es mucho más económico, tiene una cobertura de mayor espacio, y obviamente, a la gente le da la posibilidad de hacer cosas escuchando radio, algo que no ocurre con la televisión.

**3. Cuáles serían los cambios que a su criterio se deben efectuar en los noticieros radiales para lograr mayor interés de la audiencia, debido a que la gente en varios casos prefiere los noticieros televisivos?**

De hecho la gente va a preferir los noticieros televisivos, porque le da una imagen, entonces la imagen será mucho más atractiva que simplemente un sonido. Yo creo que hay que profesionalizar los noticieros en radio, pienso que se acabó el tiempo en que las noticias solo pueden ser emitidas por gente que tiene una voz privilegiada, cuando lo que hay que buscar, son comunicadores, gente que independientemente de la voz que tengan, puedan comunicar, y puedan transportarle al oyente a la información que uno quiere dar, esa profesionalización nos va a dar mayor calidad en los contenidos, y nos puede dar una suerte de competencia sana entre los diferentes medios que se encargan o tienen informativos en su programación.

Por el momento lo que se está haciendo hoy con la crisis que vive la radio, es intentar repartirse el pastel publicitario entre todas y un poco intentar sobrevivir, sobrevivencia que obliga a pagar sueldos realmente miserables a los reporteros, que obliga a tener que dejar ir a ciertos periodistas considerados buenos, porque simplemente la televisión les paga unos centavos mas, y pues, convertir a la radio en una escuela de los demás medios, como la televisión, incluso la prensa escrita, entonces, el momento que profesionalicemos y busquemos una competencia mucho más sana será un buen momento para mejorar la calidad de los noticieros.

**4.Cuál es el papel de los noticieros radiales en la actualidad a su criterio?**

Bueno, en las mañanas, la gente sigue escuchando radio. Se ha hecho algunos experimentos, por ejm, se hizo con Radio Programas, que es una de las emisoras más sintonizadas en Perú. Se puso la pantalla de Panamericana, entonces la gente en lugar de prender el radio receptor, prendía la televisión y estaba escuchando Radio Programas del Perú, esta experiencia no dio mucho resultado. En Ecuador, todavía no ha habido tal intención, pero la gente sigue escuchando radio, y esa es una posibilidad para tener un mercado cautivo. Por dónde empezar el cambio? Creo que el cambio hay que empezar haciendo radio, lamentablemente en el país no se hace radio porque aparentemente faltan recursos, porque la gente no quiere invertir, porque los dueños de las emisoras en muchos casos buscan una suerte de protagonismo, porque quieren tener una tribuna para sus fines políticos y personales, porque hay demasiadas radios, un mercado demasiado atomizado que no permite la unificación de criterios frente a determinado tipo de acción entonces eso no permite realmente hacer una radio profesional.

En nuestro país creo que hay dos radios con cobertura nacional, es algo increíble, y además con una radio nacional del Estado, cuya frecuencia se la quieren dar a un político, entonces con tal manejo radial va a ser muy difícil cambiar las cosas, no solo en el tema informativo, sino en la programación en general, creo que hace falta gente que tenga interés y vocación y, que conozca del tema, que se preocupe por mejorar la calidad, y una de las formas, es eliminando ciertas radios que no tienen otra intención que fines eminentemente políticos.

### ***Sin embargo hay saturación de radios?***

El pastel publicitario alcanza para todas, es verdad, ciudades pequeñas tienen 38 o 48 radios, es absurdo, por ejemplo el Colegio de Profesionales de Ambato creo que tiene 22 afiliados, y si la obligación es que en cada una de las radios exista un periodista, no va a alcanzar porque hay cerca de 58 radios, lo cual es un problema, pero tampoco el hecho de tener un carnet o un título profesional implica que puede decir que sabe más. Más bien creo que el periodista radial o los periodistas en general tenemos la obligación de mejorar permanentemente para intentar hacer un trabajo de calidad en radio. Como decíamos anteriormente, si los recursos no alcanzan para pagar un buen sueldo a una persona, muy pronto se irá de la radio, entonces seguirán viniendo y habrá un cambio permanente, una rotación exagerada, con lo cual no se podrá formar equipos de trabajo, y eso es uno de los problemas por los cuales atraviesa la radio en el país.

### ***5. Cómo hiciera usted un formato alternativo de noticias?***

Primero en la radio se abandonó la producción radial, anteriormente admito que era más difícil, debido a que se tenía que lograr efectos de forma rústica, pero en la actualidad basta con comprar un CD con efectos, pero pese a ello, no se hace producción, pues se pasa una noticia fría, se pone una declaración de alguien y se cierra la información, esa es toda la radio actual, no hay producción, no hay algo llamativo, hay que volver a la producción, para llamar a la gente a través de los sonidos.

Segundo, si bien la radio es un medio ampliamente masivo y tiene que tener toda la información, creo que la radio más que ningún otro medio tiene que dar información útil, la radio debe enseñar por ejem. trámites con el SRI, certificados de no adeudar al IESS, matricular el vehículo, etc. en fin que la radio se convierta en un compañero permanente que a fuerza de repetir mensajes útiles, sea un centro de consultas sin tener que llamar por teléfono. La radio en nuestro medio, no se diferencia de los periódicos ya que constituye una repetición constante de estos. Un tema alternativo tiene que ser en función de una información útil, que a la gente le sirva, que se sienta contenta, que tenga la posibilidad de acudir a la radio para aprender algo, porque la radio tiene que ser ese medio que a uno le encierre en el receptor, de forma que aporte con elementos para una conversación. A través de las emisiones radiales dar a los oyentes elementos para que pueda comportarse dentro de su entorno.

En nuestro país no es posible competir con la televisión, debido a que está presente en el lugar de los hechos primero, pues la radio espera que la noticia sea publicada en el periódico para leer al siguiente día, lo cual le resulta mucho más fácil y económico.