



**FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TESIS

**PROPUESTA DE PROGRAMA
INFORMATIVO PARA LA RADIO
COMUNITARIA “IDEAL” DIRIGIDO A LOS
TRABAJADORES DEL MERCADO II EL INCA
DEL DISTRITO DE LA VICTORIA EN EL AÑO
2015**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A)
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Autor
Bach. Sernaque Gaona Mayra
Bach. Vasquez Reyes Edevair Sixto**

Pimentel, 22 de Julio del 2016

**PROPUESTA DE PROGRAMA INFORMATIVO PARA LA RADIO
COMUNITARIA “IDEAL” DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL
MERCADO II EL INCA DEL DISTRITO DE LA VICTORIA EN EL AÑO
2015**

Aprobación de la tesis

Lic. Díaz Suárez Larcery
Asesor

Mg. Espíritu García Gilbert
Presidente del jurado

Lic. Cabrejos Pita Zoila Nelly
Secretario del jurado

Lic. Díaz Suárez Larcery
Vocal del jurado

Dedicatoria

*A Dios, por brindarme la fuerza
para seguir luchando, a mis padres
por darme su apoyo incondicional,
y en especial a mi abuela que
desde el cielo guía mis pasos.*

Mayra Sernaque

*Le dedico indudablemente este
logro a mis padres, que a pesar de
las adversidades siguieron
confiando en mí. A mi bebé Ariana
Avril, quien siempre ha sido mi
motivo de esfuerzo y superación.*

Edevair Vásquez.

Agradecimiento

A mis asesores, especialista y metodológico por su orientación y acertados aportes durante el desarrollo de esta investigación.

Los autores

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	V
Resumen	VI
Introducción	VII
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1. Problematización	1
1.2. Formulación del Problema	3
1.3. Justificación e Importancia.....	3
1.4. Limitaciones de la investigación.....	4
1.5. Objetivos	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la investigación.....	6
2.2. Sistemas teórico conceptuales.....	12
2.2.1. Radio.....	12
2.2.2. Radio comunitaria	14
2.2.3. Características de la radio comunitaria	15
2.2.4. Asociación Mundial de Radios Comunitarias	16
2.2.5. Radio comunitaria en América Latina	17
2.2.6. Guion radiofónico	19
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1. Trayectoria cualitativa	35
3.1.1. Enfoque seleccionado	36
3.2. Objeto de estudio	36
3.3. Tipo y diseño de investigación	37
3.3.1. Tipo de investigación.....	37

3.3.2. Diseño de investigación.....	37
3.4. Objeto de estudio	38
3.5. Sujetos participantes.....	38
3.6. Variables	40
3.7. Operacionalización.....	41
3.8. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
3.8.1. Métodos de investigación	47
3.8.2. Técnicas de recolección de datos	47
3.8.3. Instrumentos de recolección de datos	48
3.9. Procedimiento para la recolección de datos	49
3.10. Criterios éticos	51
3.11. Criterios de rigor científico	51
CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
4.1. Análisis y discusión de los resultados	53
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	
5.1. Título	63
5.2. Fundamentación	63
5.3. Descripción	63
5.4. Metas.....	64
5.5. Mecanismo de trabajo	65
5.6. Cronograma.....	65
5.7. Generalidades del programa	66
5.8. Costos de producción:	67
5.9. Escaleta de programación	67
5.10. Guion técnico- literario.....	68

CAPITULO VI: CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES

6.1. Consideraciones finales	85
6.2. Recomendaciones.....	87
Referencias	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:.....	53
Figura 2:.....	54
Figura 3:.....	55
Figura 4:.....	56
Figura 5:.....	57
Figura 6:.....	58
Figura 7:.....	59

Resumen

Investigación de tipo descriptiva - propositiva, en la cual se propuso un diseño de programa informativo para la Radio Comunitaria "Ideal", del Mercado II El Inca del Distrito de La Victoria. Este estudio cualitativo aplicó entrevistas a expertos en radiodifusión y focus group dirigido a los trabajadores del Mercado II El Inca; luego de aplicar ambos instrumentos, se procedió al cruce de la información obtenida, dando como resultado que los trabajadores tienen una buena disposición a participar dentro de un programa radial, especialmente en temas de problemática social y temas que tengan que ver con su rubro de trabajo. Los temas propuestos por los trabajadores del Mercado II El Inca, para el informativo radial fueron noticias, salud, tips de cocina; además, problemática social y eventos de interés de la comunidad; el lenguaje radiofónico debe ser claro, sencillo y familiar. Basados en esos resultados, se procedió a desarrollar una propuesta de programa radial.

Palabras claves:

Radio comunitaria, informativo radial, lenguaje radiofónico

Abstract

Purposeful – descriptive investigation, in which has proposed the design of an informative program for "Ideal" Community Radio, in Mercado II "El Inca", La Victoria district. This qualitative investigation has applied interviews to radio sharing experts and a focus group to the members of the market. After applying this instruments, it has proceeded to mix all the information obtained, resulting that the workers have a well disposition to participate into a radial program, specifically in social problematics and topics which has a relation with their jobs. The topics proposed by the workers of the market El Inca where about news, health, cooking tips; also about social problematics and community events. Radiophonic language must to be clear, simple and familiar. Based on this results, it has proceeded to develop a radial program proposal.

Key words: Community Radio, Radial Informative, Radiophonic Language

Introducción

Los informativos radiales locales no suelen emplear una estructura ni un lenguaje adecuado, y los locutores, abarcan temas que no generan cambios considerables en la sociedad. Se dedican a insultar, a culpar y tachan a alguien de extorsionador o ladrón sin tener ninguna prueba; creando confusión en el público.

El deber ser, de toda radio informativa es brindar a los oyentes la oportunidad de estar informados, más aún, cuando se trata de una radio comunitaria. En la radio comunitaria, el trabajo informativo va ligado a su aporte en la construcción de democracia, lo que plantea la necesidad de un equilibrio entre los actores sociales a partir del reconocimiento a la igualdad de las personas y la pluralidad de la participación, más allá de las diferencias sociales, económicas o políticas. (Flores, 2006)

La presente tesis es una investigación descriptiva – propositiva, cualitativa; que tuvo por objetivo diseñar una propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigido a los trabajadores del Mercado II El Inca del distrito de la Victoria en el año 2015. Se estructuró en base a cinco capítulos que a continuación se detallan.

En el capítulo I se logró describir la situación que se encontró al problema al comenzar la investigación; donde dentro de la parrilla de programación no se incluye un programa informativo, por ende, no se le está facilitando el acceso a la información a la población; lo cual consideramos una necesidad. En respuesta a esta problemática nace nuestra propuesta de un programa informativo. Así mismo, se vieron las justificaciones que se basan en la necesidad de registrar

investigaciones de este tema para la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán. La formulación del problema se delimitó en la investigación que se realizó al Mercado II El Inca del Distrito de la Victoria.

En el capítulo II buscamos antecedentes que cumplan los requisitos para servir como base a esta investigación, en el contexto internacional, nacional y local. Luego de realizar la búsqueda, se procedió a definir los términos principales en los que se ubica el tema, se investigó sobre la radio, radio comunitaria, informativo radial, lenguaje radiofónico, para luego plasmar esos conocimientos en la propuesta de investigación.

En el capítulo III plasmamos la metodología que se siguió, como el tipo y diseño, teniendo en cuenta que esta tesis es una investigación descriptiva - propositiva, puesto que se describió las preferencias y necesidades en información de los trabajadores del Mercado II El Inca, y la opinión de los expertos en radiodifusión; también se vieron las variables, teniendo como única variable independiente la propuesta del programa informativo radial. El método y la técnica para la recolección de los datos fueron el focus group y la entrevista. Se definió el proceso que se seguiría para la recolección de los datos que era precisamente aplicar los instrumentos para luego contrastar información; y se culminó con los principios éticos que se tendrían como pilares de esta investigación y también los criterios de rigor científico.

En el capítulo IV exclusivamente nos dedicamos a mostrar los resultados en figuras para luego ser interpretados, asimismo, se planteó la discusión de los resultados, mostrando que los trabajadores tienen una buena disposición a participar dentro de un programa radial,

especialmente en temas de problemática social y temas que tengan que ver con su rubro de trabajo. Los temas propuestos por los trabajadores del Mercado II El Inca, para el informativo radial fueron noticias, salud, tips de cocina; además, problemática social y eventos de interés de la comunidad. El lenguaje radiofónico debe ser claro, sencillo y familiar.

En el capítulo V trabajamos la propuesta de un informativo radial desde la radio comunitaria “Ideal”; su fundamentación se basó en los resultados obtenidos.

El capítulo VI detalla las consideraciones finales de la investigación. Se concluye el gran interés que tienen los trabajadores del Mercado II El Inca, por tener un programa informativo en la radio comunitaria “Ideal”. Si bien escuchaban la radio, ésta no les satisfacía por completo, debido que su parrilla de programación no incluía un programa informativo donde se expongan los temas de interés de la comunidad, como casuísticas de salud, problemática social y tips de cocina. En este capítulo también se encuentran las recomendaciones a aquellos que estuvo dirigida la investigación de acuerdo a la justificación planteada.

Las referencias bibliográficas utilizadas en esta investigación, siguen el formato de la sexta edición de las Normas APA; además se incluyen anexos.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Problematización

Radio Comunitaria es un conjunto de bocinas que hace uso de un sistema de amplificación de sonido con parlantes. *“La radio comunitaria es un elemento que forma parte del panorama mediático de la comunicación en el mundo del siglo XXI. En ella se constelan diversas posibilidades de actuación y relaciones que van más allá de su campo de acción, intentando mejorar las condiciones de vida de la comunidad a la que pertenecen”.* (Baca, 2012)

Según la Ley de Radio y Televisión N° 28278, las radios comunitarias están destinadas principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.

En el 2012 se da la primera autorización de radio comunitaria a nivel nacional, en el distrito altoandino de Incahuasi – Serranía Lambayecana, por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC), siendo propietario de la radio el señor Wilmer Sánchez Manayay. (CONCORTV, 2014)

Vigil (como se citó en Peppino, 1999) señala que *“la esencia de lo comunitario son los objetivos sociales por los que se lucha. Es decir, mientras las emisoras comerciales tienen una finalidad lucrativa y las estatales una propagandística, las radios comunitarias orientan su quehacer diario al servicio de la comunidad”.*

Belau (como se citó en Moreno, 2005) precisa que radio-información-

comunicación, es la que se esfuerza por encontrarse con los oyentes que le son más próximos, ayudándoles a integrarse en su entorno, en su sociedad, preocupándose por ellos.

El deber ser de toda radio informativa, es brindar a los oyentes la oportunidad de estar informados. *“En la producción de informativos radiofónicos en Lambayeque, las radioemisoras no suelen emplear los formatos informativos correspondientes, más se dedican a difundir una comunicación lineal, comentar y opinar durante el horario de transmisión de un programa en vivo”.* (Sánchez L. , 2013)

En la investigación de Ulloque, “Radio comunitaria: una posibilidad de desarrollo social para los comerciantes del Mercado II "El Inca" del Distrito de la Victoria”, concluye que para los comerciantes la radio se ha convertido únicamente en un medio de acompañamiento y netamente musical; esta percepción abre la posibilidad para pensar en la inclusión de nuevos mensajes que permitan desarrollar otros aspectos como los informativos y educativos.

En el Mercado II El Inca del distrito de la Victoria, existen dos radios comunitarias: la radio Ideal, que funciona desde 2004 y radio El Inca, que se ha formado a principios del 2015. Decidimos trabajar nuestra investigación con la radio comunitaria “Ideal”; debido a su antigüedad; consideramos que es más rica en información para estudiar. Se ubica en la parte norte de dicho mercado; el lugar de trabajo tiene la misma infraestructura que cualquier otro puesto; lo único que lo diferencia es su nombre pintado en la fachada. Los equipos con los que trabajan son básicos.

La radio carece de organización, pues dentro de la misma no hay personal suficiente a cargo de la producción de programas; además, no está en funcionamiento todos los días.

No se respeta la parrilla de programación; dentro de la misma no se incluye un programa informativo; por ende no se le está facilitando el acceso a la información a la población; lo cual consideramos una necesidad. En respuesta a esta problemática nace nuestra propuesta de un programa informativo.

1.2. Formulación del Problema

¿Cuál será la propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigido a los trabajadores del Mercado II “El Inca” del distrito de la Victoria en el año 2015?

1.3. Justificación e Importancia

Esta investigación se justifica en que:

- Es importante para los trabajadores de la radio comunitaria “Ideal”, porque de implementarse el proyecto ayudaría a nutrir la parrilla de programación, a través de un programa informativo radiofónico de calidad.
- Contribuye con la misión y visión de la USS y la EAP de CC.CC, en promover los principios de responsabilidad social, que practica la comunicación como factor de desarrollo en busca de la integración total y comunitaria, por consiguiente se ha generado la propuesta de un informativo para el beneficio de la participación e inclusión de los trabajadores del mercado II El Inca.

- Es novedoso para la Universidad Señor de Sipán, porque hasta la fecha no hay una propuesta de programa informativo de radio comunitaria; por lo tanto nuestra investigación aportará a enriquecer el repositorio de tesis de nuestra universidad.
- Será de utilidad para los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, pues tendrán a disposición un material de consulta que pueda servir de modelo para la producción de un programa informativo radiofónico similar.

1.4. Limitaciones de la investigación

- Disponibilidad de tiempo por parte de los trabajadores del Mercado II El Inca cuando se desarrolló los focus group.
- A pesar que la ubicación de la única radio comunitaria acreditada por el MTC es lejana (Incahuasi), logramos ir y obtener información relevante.

1.5. Objetivos

Objetivo general

Diseñar una propuesta de programa informativo para la radio comunitaria "Ideal" dirigido a los trabajadores del Mercado II El Inca del distrito de la Victoria en el año 2015.

Objetivos específicos

- Estudiar los antecedentes y bases teóricas de las radios comunitarias en el Perú y sus programas informativos transmitidos.

- Describir las preferencias y necesidades de nuestra población segmentada en cuanto a información.
- Identificar los elementos que intervienen en el proceso de información radial y considerarlo en nuestra propuesta.
- Justificar nuestra propuesta de programa informativo para la radio comunitaria del Mercado II El Inca, en base a opinión de especialistas y nuestros sujetos de estudios.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional:

González, I. & Chacón, V. (2007) investigaron a nivel cuantitativo cómo reforzar el impacto de los Programas de Inversión Social en la comunidad de José Félix Ribas – Venezuela. Las técnicas de recolección de datos usadas fueron la encuesta, el focus group y la entrevista especializada. Se encuestó a 20 personas, entrevistó a 6 y en el focus group participaron 8 personas. Determinó que:

- El Colectivo Radiofónico de Petare, desaprovecha cualidades fundamentales de cualquier medio radial, como la difusión de información oportuna y alineada con las necesidades de la comunidad a la cual sirve.
- Resulta imperativo que las empresas públicas o privadas apoyen al medio comunitario en recursos, capacitación y asistencia profesional, mientras las comunidades participan protagónicamente en el fortalecimiento de la emisora de su comunidad.

Rodríguez, C. (2012) investigó a nivel cualitativo el análisis dentro de su estructura, su funcionamiento, sus características y las particularidades del discurso en el programa informativo “Al aire”, un espacio de la Radio Rumbo ubicado en Soacha – Colombia-; para el estudio se empleó fichas de observación al programa seleccionado, esta técnica ayudó a determinar que:

- El programa informativo no tiene una producción periodística clara de noticias locales y hay una permanente lectura de noticias de otros medios.

- Se ve una radio sin una estructura clara, con poco desarrollo de hechos locales y con una alta participación política y de los grupos dominantes.
- Se encontró que el discurso informativo de esta radio comunitaria, carece de participación, y se evidencia la no creación de espacios democratizadores.

Pujols, M. (2011) realizó una investigación a nivel cuantitativo para una propuesta de programa de radio dirigida a personas envejecientes de Santo Domingo y el Distrito Nacional.

Sus variables fueron:

- Propuesta de programa de radio especializado en temas de envejecimiento y calidad de vida en Santo Domingo y el Distrito Nacional, 2011 - independiente
- Público meta - dependiente
- Nivel de satisfacción de su público. Indicadores - dependiente
- Necesidades de comunicación del público meta.- dependiente

Las técnicas que se emplearon para la recolección de datos fueron la encuesta, grupo focal y la entrevista. Se encuestó a 384 personas envejecientes; a su vez se entrevistó a 10 expertos, cuatro geriatras, cuatro gerontólogos y dos comunicadores radiales y, se empleó la fórmula de Fisher y Navarro (1996) para la muestra probabilística simple. Determinó que:

- Las personas mayores de 65 años son consideradas como personas envejecientes; estas no cuentan con un programa de radio que satisfaga sus demandas de información; tampoco sus necesidades.

A nivel nacional:

Sánchez, J. (2008) investigó a nivel cuantitativo (Deductivo – Inductivo), los contenidos de 7 emisiones del programa Radial “Surco Norteño”, en el distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe – Lambayeque. Sus variables fueron:

- Información de interés público local.
- Espacio para la difusión de la creatividad popular.
- Difundir conocimientos.
- Promueve la participación activa.
- Relación Directa con los oyentes.

Las técnicas de recolección de datos usadas fueron guía de análisis y entrevistas; la aplicación de esta se realizó a 251 agricultores de la Comisión de Regantes de Pítipo. Determinando lo siguiente:

- El programa agro radial Surco Norteño responde a las necesidades de los agricultores del distrito de Pítipo, asumiendo los compromisos de una radio comunitaria.
- La comunicación bidireccional está presente en el programa radial Surco Norteño y sus oyentes.
- Influye en las decisiones de los agricultores en temas agrícolas, de manera significativa.

Guevara, C. (2008) investigó a nivel cuantitativo cómo estructurar la programación de una radio comunitaria educativa del distrito de Agallpampa.

Sus variables fueron:

- Intereses comunitarios – Independiente.
- Oferta radial desde un enfoque de desarrollo humano y ejercicio de derechos - Independiente.
- Programación para Radio Comunitaria Educativa – Dependiente.

- Las técnicas de recolección de datos usadas fueron la encuesta, y entrevista a experto. Se encuestó a 100 personas, entrevistó a 1 persona. Determinó que:
 - Mediante informaciones recogidas consideramos que la radio comunitaria educativa puede coadyuvar con el desarrollo humano de una determinada comunidad donde sea transmitida, porque se traslada la voz de la gente a diferentes puntos, a la vez que se contribuye a llevar educación a los sectores menos favorecidos.
 - Para que una programación para radio comunitaria sea adecuada y efectiva, al momento de seleccionar y organizar los elementos debe respetarse los intereses comunitarios como principal factor, ya que son los pobladores quienes van a hacer uso de este medio.

Rivas, N. (2011) investigó a nivel cualitativo la radio como herramienta que permite la inclusión del sector rural a través del acceso a información. Utilizó tres técnicas de aplicación: matriz de audición radial basada en una herramienta similar elaborada por Rita Segovia (2007); formuló entrevistas al equipo radial e hizo observación. Además, analizó documentos e información interna del Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES). Determinó que:

- Según los productores de Tierra Fecunda, este programa es un espacio que les da voz a los agricultores y campesinos, pero se identificó que esta voz no está tan presente como se dice. Por eso, la voz de la audiencia debe estar presente en el programa.
- Si bien los campesinos y pequeños agricultores son importantes para el equipo radial, ya que es a ellos a quienes se dirige toda la producción, parecería que no hay mucho interés en conocer la opinión que tiene esta audiencia del trabajo que se realiza.

A nivel local:

Ulloque, P. (2010) investigó a nivel cuantitativo la importancia de un medio de comunicación alternativo para los comerciantes del mercado El Inca.

Sus variables fueron:

Radio comunitaria – Independiente.

Desarrollo social – Dependiente.

Comerciantes - Interviniente.

Diseñó un modelo de encuesta para su análisis y encuestó a 50 comerciantes, determinando lo siguiente:

- La radio comunitaria “ideal”, del mercado El Inca del distrito de la Victoria, se ha convertido en una verdadera alternativa y escenario para el intercambio de experiencias entre los comerciantes, además hace posible establecer una buena socialización entre las personas que trabajan en este centro de abastos.
- Para los comerciantes la radio se ha convertido únicamente en un medio de acompañamiento y netamente musical; esta percepción abre la posibilidad para pensar en la inclusión de nuevos mensajes que permitan desarrollar otros aspectos como los informativos y educativos.

Sánchez, L. (2013) investigó a nivel cualitativo, cómo podría mejorar la producción de boletines informativos radiales en la región Lambayeque. Desarrolló seis entrevistas, 200 encuestas y dos grupos focales; aplicándolos a los oyentes de los distritos de Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz. Determinó:

- La producción de boletines informativos radiofónicos debería estar elaborado con secuencias o bloques que enriquecen y efectivizan la creatividad en radio con: reportes en vivo, indicativos, efemérides, misceláneas o musicalización que el oyente solicita escuchar para

recibir el mensaje en forma ágil y amena.

- A nivel regional hay una deficiente producción de Boletines Informativos Radiofónicos; pero, existe una fiel audiencia de estos, que exige sintonizar una información noticiosa bien estructurada, fidedigna, original, breve, actual y de producción local.

Bravo, M. (2015) investigó a nivel cuantitativo (experimental-propositiva). Se realizó un pre-test para medir los conocimientos que los adolescentes del Colegio María de Lourdes de Pomalca tenían sobre la música. Sus variables fueron:

- Propuesta de un programa radial de eduentretenimiento.
- Conocimientos adquiridos después de escuchar un programa radial de eduentretenimiento.
- Adolescentes del 5to grado de secundaria antes de escuchar el programa radial de eduentretenimiento.

Como instrumento a la encuesta y después de ello se aplicó un experimento a las alumnas del 5to grado de las secciones "A" y "D" que fueron seleccionadas; siendo la sección "A" la que escuchó el experimento, y la sección D fue la que continuó escuchando la programación comercial. El experimento tuvo una duración de un mes. Determinando lo siguiente:

- Ellas sí consideran que un programa puede llegar a educar. Aquí también se pudo observar que las alumnas prefieren escuchar radio en primer lugar lunes, miércoles y viernes; en segundo lugar, los fines de semana; en horarios de 4:00 y 9:00 pm.
- También se vio un incremento de conocimientos en cultura musical para las alumnas, logrando así que ellas conozcan más sobre festivales musicales, historia de la música.

2.2. Sistemas teórico conceptuales

2.2.1. Radio

El ser humano desde sus inicios ha sido un ser con la habilidad de crear, y en su afán por experimentar ha generado grandes inventos; uno de estos casos, es la transmisión de información mediante ondas electromagnéticas, que ayudan a propagar las señales en forma de ondas por el espacio. Este descubrimiento dio pie para que científicos de la talla de Hertz, Maxwell, Volta, Branly, Fleming, Popo, Marconi y otros pusieran las bases de la radiodifusión, que se materializó oficialmente el 2 de noviembre de 1920 en Pittsburgh, Estados Unidos. (Pousa & Yaguana, 2013)

La radio es un instrumento de expresión que sirvió para extender los alcances de la comunicación oral. Para la historia de la comunicación, aquí radica la importancia de esta herramienta comunicativa. La radio permite amplificar la tradición oral y así adquiere otra dimensión. Así se generó una nueva forma de interacción, que tenía a la palabra como motora de cambios al romper con barreras de tiempo y lugar, gracias a su alcance y posteriormente a la posibilidad de grabar los mensajes producidos. (Cohen & Pereyra, 2010)

La naciente radio tenía para los alemanes la mística de la última tecnología; generaba la imagen de poder y dominio que pretendían. Era el medio adecuado para formar una voluntad nacional unificada y, lo más importante, permitía una unión personal con el líder carismático, pues lo acercaba al pueblo. En la teoría de la propaganda nazi se pensaba que el liderazgo personal y la palabra hablada eran mucho más efectivos que los medios escritos, para alcanzar las masas. (Krohling, Tufte, & Vega, 2011)

En 1916 la transmisión por radio llega al Perú como simple instrumento de comunicación naval. Alonso Pereyra fue el primer radioaficionado que logró establecer contacto con la PCJ, estación experimental de la Phillips. (Perla, 2006)

A mediados de 1920, Augusto B. Leguía presidente del Perú apoyó la iniciativa de crear una estación de radio en Lima.

En 1925 llega al Perú la primera radiodifusora llamada OAX. (Bustamante, 2012)

En el estudio “Periodismo, periodistas y medios en el Perú, una visión aproximada - 2011” extraído del portal web CESMUS nos dice que: “La TV y la radio son los medios que más penetran en los hogares peruanos (99% y 95% a 2010, respectivamente), incluso relegando a la internet, a la que los peruanos son menos afectos”. (Alarcón, 2012)

El Perú cuenta con una red que integra el sistema de radiodifusión sonora. En total 1.530 formales y aproximadamente 720 informales que no poseen licencias ni tienen afiliación legal en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. En Lambayeque hay un aproximado de 61 radios informales. (Perla, 2006)

CONCORTV es un ente regulador que hace prevalecer nuestra constitución política como lo establecido en artículo 14°, referido a que los medios de radiodifusión tienen la responsabilidad de contribuir con la educación y la formación moral y cultural, destinando un porcentaje mínimo dentro de su programación a estos contenidos.

Garantiza los siguientes principios de regulación de la Ley de Radio y Televisión como: la libre competencia, libertad de acceso, principio de transparencia, uso eficiente del espectro y neutralidad eléctrica.

En la parte ética exige que las emisoras de radio o canales de televisión, deban presentar su plan al Ministerio de Transporte y Comunicaciones, para obtener la autorización de servicio. (CONCORTV, s/f)

2.2.2. Radio comunitaria

Senegal (como se citó en ALC - AMARC, s/f) Radio comunitaria, radio rural, radio cooperativa, radio participativa, radio libre, alternativa, popular, educativa. Si las estaciones de radio, las redes y los grupos de producción que constituyen la Asociación Mundial de Radios Comunitarias se refieren a ellos mismos por medio de una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son aún más variados.

La radio comunitaria inicialmente nació para educar, siguió el proceso social y político de la región y fue transformándose; abandonando su principal objetivo: la alfabetización y la educación a distancia; definió nuevas misiones vinculadas a la búsqueda de una sociedad justa, con solidaridad y equidad. (Villamayor & Lamas, 1998)

Se trata de prácticas sociales que marchan al paso de los acontecimientos y construyen, en este último medio siglo, una opción con posibilidades y realizaciones que atienden a una población decidida a trabajar por sus intereses y defender su diversidad. (Peppino, 1999)

Por lo general el pueblo comienza a participar en la radio tímidamente, no sabe si lo que dice y cómo lo dice se escuchará bien. Después va ganando confianza, levanta su voz, su palabra se escucha. Luego lo siente parte de su vida, el pueblo se apropia del medio, le impone sus mensajes, su lenguaje, le marca sus gustos, vive en él, siente que la

radio está caminando a su lado. (Ramos, 2015)

Las radios comunitarias fueron los primeros y más fuertes mecanismos de utilización de las nuevas tecnologías en la elaboración de contra-discursos, ampliándose luego en un complejo sistema de comunicación tecnológica. (Krohling, Tufte, & Vega, 2011)

El tipo de programas que demanda la radio comunitaria o también llamada rural, son de corte informativo, educativo y de entretenimiento. A pesar del éxito de este tipo de espacios, estos no cuentan con un mecanismo o instrumento para su evaluación. (Fajardo, 2012)

Para que una radio sea llamada comunitaria debe cumplir una serie de características. Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria. (López, 1997)

2.2.3. Características de la radio comunitaria

La radio comunitaria en su esencia es educativa, participativa, integradora e inclusiva. (Flores, 2006)

Su característica más distintiva es su compromiso con la participación de la comunidad en todos los niveles. Mientras en la radio comercial hay segmentos específicos donde los oyentes participan; en la radio comunitaria los oyentes son la base de su programación y participan de los mismos. Esta forma alternativa de la radio se está convirtiendo cada vez más importante para las personas en los márgenes de la sociedad, los que buscan un cambio político y cultural. (Girard, 2011)

Por lo general las radios comunitarias son de alcance limitado, por la logística de quienes asumen la dirección de la radio. Generalmente las radios comunitarias utilizan parlantes para poder difundir los mensajes hacia la población. (Sánchez, 2008)

Las radios comunitarias tienen la virtud de no ser uniformes, cada una de ellas es distinta a las demás y con su sello propio. Sus diferencias radican en que cada radio es expresión de las características e identidades propias del sector. Responde a la personalidad específica que la comunidad imprime. (Sabrera, 2002)

2.2.4. Asociación Mundial de Radios Comunitarias

En 1983, un grupo de apasionados de la radio comunitaria se reunieron, casi espontáneamente, en Montreal; allí comenzó a ser evidente la existencia de un movimiento mundial que los unía entre sí. En 1986, se convirtió oficialmente en la Asociación Mundial de Radios Comunitarias. (AMARC, s/f)

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) en el Perú, es una organización no gubernamental que agrupa a radios comunitarias que tengan como finalidad promover el servicio a la comunidad, libertad de expresión y el desarrollo equitativo sostenible

con rostro humano de nuestros pueblos.

“Es un ente articulador que practica valores humanos mediante el diálogo y escucha; fomenta ciudadanía con igualdad y equidad desde niños hasta adultos, todos teniendo como metas la paz, amistad, democracia y desarrollo entre los pueblos”. (AMARC - PERÚ, s/f)

Uno de sus objetivos principales es vigilar el cumplimiento de la legislación en radiodifusión a favor de la radio Comunitaria, favoreciendo a las poblaciones alejadas. Se encuentra constituido en todos los continentes con 4.000 miembros.

AMARC invita a asociarse a las emisoras grandes y pequeñas, a los centros de producción radiofónica, a los de mayor y menor compromiso popular, a las radios religiosas y laicas, a las privadas y a las estatales, a las universitarias, etc. La condición fundamental para admitir a un nuevo socio es que su trabajo sea democrático, constructor de comunidad. (Peppino, 1999)

2.2.5. Radio comunitaria en América Latina

Frente a los radios comerciales y estatales vigentes en la década del 70', las radios comunitarias se expandieron como una gran expresión en un sector de la sociedad. Cabe resaltar que la radio comunitaria tuvo su origen a fines de los años 50 y principios de los 60. (López, 1997)

Se puede decir que las primeras experiencias de radio comunitaria se iniciaron en América Latina hace casi medio siglo. Los pueblos indígenas, sindicatos, iglesias, sectores privados y estados combinaron sus esfuerzos haciendo de la radio de la región la más dinámica y

diversa del mundo. Las primeras estaciones comunitarias surgieron casi al mismo tiempo en Colombia y Estados Unidos. (Girard, 2011)

La Radio Sutatenza en Colombia, pionera en el uso de la radio con objetivos educativos, estuvo dirigida a adultos rurales y campesinos pobres. Esta radio combinaba “cartillas”, que se explicaban página a página a través de las clases radiofónicas. Los radioescuchas se reunían cada noche en casa de un vecino y prestaban atención a las explicaciones brindadas a través de la radio. (CONCORTV, s/f)

Cada país le imprimió singularidades a la denominación de estos medios: “radio-poste” se llamó en Brasil al medio que transmitía a través de altavoces sujetos a postes de alumbrado y troncos de árboles, cuyo apogeo se vivió en los años ochenta, convirtiéndose en vehículo de comunicación para organizaciones comunitarias. (Krohling, Tufte, & Vega, 2011)

2.2.5.1. Radio comunitaria en el Perú

Según el art. 9° de la Ley de Radio y Televisión: Radiodifusión Comunitaria es aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional. (MTC - Perú, s.f.)

Por varios años la radio popular o comunitaria generó impacto en la población, haciendo que se escuche la opinión de los pobladores. En el gobierno del general Juan Velasco Alvarado, en 1975, las radios se convirtieron en luchadoras constantes a favor de los derechos y

reivindicaciones de los trabajadores, sindicatos y federaciones de obreros, quienes exigieron mejores condiciones salariales. Las programaciones radiofónicas se centraron en la información y la opinión y, por lo general, promovieron importantes campañas sociales. (Merayo, 2007, pág. 343)

En la década de 1980 maduró el movimiento de la radio popular. Aspiraba a estrechar la comunicación entre sectores populares para la exposición y solución de sus problemas, pues su objetivo era el desarrollo de las comunidades. (Bustamante, 2012)

En 1989, se incrementó el uso de la radio por grupos populares. Es así como nace el Colectivo Radial Feminista del Perú. El programa de radio comunitaria se transmitió desde Lima, pero se buscaba que las provincias también fueran parte del desarrollo social. Luego de algún tiempo esto se hizo posible. (Girard, 2011).

La radio alternativa fue ganando popularidad, puesto que la sociedad se sentía olvidada y después de mucho tiempo nacía la posibilidad de que sea escuchada. En el 2007 existían aproximadamente 2.000 radios locales o comunitarias, ubicadas en zonas rurales, principalmente impulsadas por la iglesia y diversos Organismos no Gubernamentales. (Merayo, 2007)

En el 2014 se realizó el estudio “Estadísticas de Radio y Televisión en el Perú”, el cual nos muestra que solo hay una radio comunitaria en el Perú ubicada en Incahuasi - Lambayeque. (CONCORTV, 2014)

2.2.6. Guion radiofónico

Los formatos de guion para radio a menudo tienen una división en medio de cada página. El lado izquierdo suele reservarse para

instrucciones técnicas y para indicar la fuente de cada canal de sonido. El lado derecho se ocupa para describir el contenido de audio, entradas y salidas y la narración o el diálogo en sí. (Hilliard, 2000)

El guion es el que proporciona la información precisa a cada participante de una producción radial, explicando detalladamente qué se ha de hacer y cómo hacerlo. Incluye por lo tanto instrucciones (quién, qué, cuándo, cómo, dónde). El guion será la base de todo programa radiofónico, ya que en ello se especificará las acciones a realizar. (Ortiz & Volpini, 2002)

El guion debe hacerse pensando en que tiene que ser atractivo al público, para que el radioescucha no cambie de estación; debemos de evitar los spot convencionales y las transiciones bruscas, manteniendo una armonía en la programación. (Hausman, Benoit, & O'Donnell, 2001)

2.2.6.1. Informativos radiofónicos

Estar informados es una necesidad para todas las personas; la radio siempre ha sido el medio de mayor alcance en su transmisión. En sus comienzos, los informativos radiofónicos se limitaban a recoger la palabra autorizada de diarios. Con el paso del tiempo las radios ofrecieron boletines horarios y transmisiones en vivo desde lugares en los que tenía lugar un acontecimiento. (Fernández, 2008)

El atributo primordial de la información es la actualidad. El tiempo característico de la información radiofónica es el presente, el momento en el que ocurren los hechos. La información de actualidad se centra en hechos y datos sobresalientes de la sociedad y en las opiniones que generan unos y otros. (Cohen & Pereyra, 2010)

En la radio comunitaria el trabajo informativo va ligado a su aporte en la construcción de democracia, lo que plantea la necesidad de un equilibrio entre los actores sociales, a partir del reconocimiento a la igualdad de las personas y la pluralidad de la participación, más allá de las diferencias sociales, económicas o políticas. (Flores, 2006)

Una característica en este tipo de emisoras, es que lo informativo juega un papel democratizador de los hechos locales; busca distintas voces (actores sociales) que son protagonistas para tratar esos temas y tiene como fin el conceso participativo. (Rodríguez, 2012)

El conocimiento y la información han sido esenciales en muchas de las sociedades históricamente conocidas, si no en todas. Lo distintivo de nuestra época histórica es un nuevo paradigma tecnológico marcado por la revolución en la tecnología de la información, y centrado en torno a un racimo de tecnologías informáticas. (AMARC, 2011)

Puede decirse que una buena parte de la radio actual es información. En el seno del sistema de géneros radiofónicos contemporáneos, aquellos géneros en los que se emplaza el discurso informativo ocupan un lugar central. (Fernández, 2008)

2.2.6.1.1. Estructura

Es de obligación periodística dar a conocer a la audiencia cualquier asunto que se estime interesante. La estructura de un informativo consta de tres partes: la presentación, desarrollo y el cierre. (Soengas, 2003)

Debemos hacer énfasis en cómo se organiza, distribuye y se expone el mensaje, porque que de ello dependerá el mantenimiento de la

atención de la audiencia. (Rodero, 2005)

La estructura de un espacio informativo dispondrá de un nombre propio que lo identifique del resto. Luego, hay que tener en cuenta el tiempo disponible, duración habitual en la parrilla y su hora de emisión.

Estructura de presentación:

A) Saludo

El arranque de todo espacio radiofónico es muy importante para captar la atención del oyente; además, en los informativos debe mantenerse la tensión y el interés, combinados con la seriedad de contenidos.

B) Entrada – presentación

Estarán en función a las noticias de las jornadas, siguen un estilo directo y una selección de los contenidos informativos más destacados hasta ese momento.

C) Titulares

Los titulares serán creativos, y captarán la atención del público, serán concisos para luego ser desarrollados con amplitud.

D) Desarrollo de las noticias seleccionadas

Se desarrollan a profundidad las noticias seleccionadas que son de mayor relevancia

E) Noticias Breves

Noticias cortas que son contadas con gran énfasis de manera clara, directa, y rápida.

F) Resumen de salida

Se despide generalmente con anuncios dirigidos a la comunidad.

(Luengo, 2010)

2.2.6.1.1.1. Proceso

A) Hechos

Es la materia prima con la que se construye una noticia, y también se consideran el conjunto de elementos o situaciones que conforman la globalidad de un acontecimiento, es decir factores y circunstancia que intervienen directa o indirectamente en un suceso.

B) Recogida de datos

Para realizar la recogida de datos existen dos procedimientos, la recopilación y la investigación.

- La recopilación es un método de trabajo clasificatorio y selectivo a partir de datos obtenidos.
- En la investigación hay una averiguación por parte del redactor y este se interesa por consultar el mayor número de fuentes.

C) Elaboración de la información

Aquí comenzamos a aplicar los códigos deontológicos para seleccionar noticias y para citar fuentes de ser necesario.

D) Criterios de marco general

La intuición profesional para saber si un hecho es de relevancia para el medio en el que trabajamos según su línea periodística.

E) Criterios de funcionamiento inmediato

- La actualidad, novedad, son las características fundamentales del periodismo que determina la importancia de un hecho.
- La proximidad de un hecho con la audiencia, debemos de considerarla de mayor relevancia.

F) Criterios de exclusión

Desde el momento que hay un proceso de selección, debemos ser objetivos al excluir cierta información: cuando se considera que un hecho no es de relevancia; porque aún el hecho no ha concluido; falta de espacio o tiempo para transmitir la noticia. (Soengas, 2003)

La información pasa por este proceso, para determinar el ritmo, la ambientación y el género de los contenidos a difundirse; ya que según el corte de la información seleccionada, tendremos que ajustar su presentación y narración. (Ortiz & Volpini, 2002)

Una vez conocidos los componentes, las herramientas y los textos que nos sirven para componer un producto radiofónico; debemos de planificar organizar y realizar. (Rodero, 2005)

2.2.6.1.2. Lenguaje radiofónico

El lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes. (Venezuela, 2012)

El uso del lenguaje en la radio tiene que ser claro y directo. Una sintaxis basada en frases cortas, los tiempos verbales de mayor comprensión, etc., propicia un tipo de lenguaje que se adapta fácilmente a distintas etapas. (Quintana, 2006)

El discurso informativo de actualidad tiene por objeto producir el presente social a partir de una sistemática promoción discursiva y narrativa de ciertos sucesos. (Luz, 2009)

La radio es un instrumento de expresión que sirvió para extender los alcances de la comunicación oral. Es aquí donde radica la importancia de esta herramienta comunicativa, para la historia de la comunicación.

La radio permite amplificar la tradición oral y así es cuando adquiere otra dimensión. Así se generó una nueva forma de interacción, que tenía a la palabra como motora de cambios al romper con barreras de tiempo y lugar, gracias a su alcance y posteriormente a la posibilidad de grabar los mensajes producidos. (Cohen & Pereyra, 2010)

2.2.6.1.2.1. Elementos del lenguaje radiofónico

A) Formas sonoras

La palabra:

La palabra es el elemento del lenguaje radiofónico que ha de destacar.

Para Balsebre (como se citó en Pousa & Yaguana, 2013), la palabra se convierte en el instrumento habitual de expresión directa de pensamiento humano y vehículo de nuestra socialización.

La música:

Betes (como se citó en Rodero, 2005) señala que la palabra oral contiene aspectos suficientes para crear y modelar la estética sonora, la música podría considerarse el elemento radiofónico con mayor expresividad estética.

Silva (como se citó en Ortiz & Volpini, 2002) indica que la música es secuencia organizada que se produce de forma tanto simultánea como consecutiva de sonidos modulados, ruidos y silencios, que atienden a la altura, duración, volumen y dinámica para producir sentimientos, afectos y/o significados.

Efectos sonoros:

Según Balsebre (como se citó en Rodero, 2005), los efectos sonoros de la radio son un conjunto de formas sonoras

representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y/o artificiales, que restituyan objetivamente y subjetivamente la realidad construyendo una imagen.

B) Formas no sonoras

El silencio:

Son los silencios los que ayudan a distribuir la información, dosificarla, a estructurarla. Esta es, pues, su principal función; los silencios organizan el material sonoro. (Rodero, 2005)

2.2.6.1.3. Programas informativos radiales del Perú

2.2.6.1.3.1. Grupo RRP

Radio Programas del Perú (RRP). En su origen, esta corporación no es una emisora, sino la productora de radionovelas que en 1962 fundó el clan Delgado Parker. Apenas dos años después ya emitía en los 730 am y se había convertido en la primera cadena nacional con una red de emisoras afiliadas y con una gran programación. Es una de las primeras radios que después de 1980 migró a la frecuencia modulada, consolidándose como la emisora informativa más influyente del país. (Cassano, 2011)

En 1979, se inició la Rotativa del Aire; ese fue el primer paso que llevaría a RPP Noticias a convertirse en un sistema ininterrumpido de informaciones trabajando las 24 horas del día. (Grupo RPP)

En 1985 se logra la transmisión por satélite, donde se obtiene la simultaneidad absoluta en las transmisiones de Radio Programas. Y dos años después la transmisión llega a 33 ciudades principales por AM y FM.

El 20 de noviembre de 1996 entra a un mundo ciberespacial – el internet- para transmitir los audios en tiempo real. (Nevado, 2012)

2.2.6.1.3.2. Capital

Nace el 13 de octubre del 2008. Se llama Capital FM. Esta radio pertenece al Grupo RPP y ha dejado de lado la música para dar lugar a la entrevista y a la conversación con una activa participación de los oyentes. (Cassano, 2011)

Es una radio que goza de gran acogida por los oyentes hasta se podría decir que es la segunda radio informativa preferida por el público limeño. Promueve y enciende el debate en temas de interés, para que el oyente tome posición y opine con libertad. (Grupo RPP, (s/f))

La propuesta de Capital fue clara y directa desde el inicio: Darle voz al público mediante llamadas telefónicas para que expresen su opinión a lo largo de los programas en su parrilla radial. “Tu opinión importa” es el eslogan que promueve esta actividad y se ha mantenido hasta la actualidad. (Castillo, 2012)

2.2.6.1.3.3. Exitosa

Es una radio nacional dedicada a la información de noticias nacionales e internacionales las 24 horas del día a través de sus programas radiales como: Exitosa noticias, Noticiero Regional, Las Cosas Claras, Somos Empresa, El Público Protesta, y también cuenta con un programa dedicado a la emisión de música. (Radio Exitosa, s/f)

Esta emisora pertenece a Corporación Universal, e inició sus operaciones en la ciudad de Lima en el año 2009 desde que el grupo ya mencionado adquirió la frecuencia 96.1 de la FM. Actualmente su

frecuencia es 95.5 FM.

Radio Exitosa tiene un perfil parecido a Radio Capital, porque también usa las llamadas del público para que de esta manera sean partícipes de la radio, en su segmento “el público protesta”. Si bien usan un lenguaje formal, lo hacen de una manera dinámica. (Castillo, 2012)

Radio Exitosa ha pasado por un proceso de cambio, ha mejorado su programación, contratando a profesionales reconocidos por su nivel periodístico y esto la ha convertido en una de las radios informativas más sintonizadas. Su programación está dirigida a un perfil de oyente adulto, desde los 25 años en adelante. (Acho, s/f)

2.2.6.1.4. Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos usados en un programa informativo de radio comunitaria, deben ser usados de manera ética y sin desviar su objetivo principal que es hacer partícipe e informar a la comunidad; no debe dar espacios a la tergiversación de hechos, sensacionalismo, favoritismo político y demás.

Vigil (como se citó en Sabrera, 2002) afirma sobre la radio y la radio comunitaria: "cambia el traje, pero no el monje. Porque el desafío de todas las emisoras es similar: mejorar el mundo en que vivimos; democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente.

2.2.6.1.4.1. Noticia radial

Para Grijelmo (como se citó en Clauso, 2010), noticia es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores.

La noticia debe contar con información detallada, antecedentes y consecuencias del hecho, comparaciones con casos similares de otras

partes del mundo, para dar solución a la problemática generada. (Velásquez, Gutiérrez, Salcedo, Torres, & Valderrama, 2005)

La noticia de un hecho producido a primeras horas de la mañana se avanza en el programa informativo más inmediato e incluso si fuera necesario se interrumpe la emisión de un programa para difundir un primer flash. A partir de ese momento cada programa informativo aportará nuevos datos y reiterará los datos conocidos hasta ese momento. (Cebrián, 2001)

2.2.6.1.4.2. Reportaje

El reportaje puede incluir otros géneros en su estructura narrativa, especialmente la entrevista. Es un género narrativo en el que se combina la narración con la descripción. (Moreno, 2006)

El reportaje da a conocer, a través de la exposición de los hechos, los indispensables y variados datos y opiniones. Está escrito bajo un estilo objetivo, lo cual quiere decir que el reportero evita los juicios directos, la primera persona y relata los hechos dosificando los énfasis y dejando que adquieran la apariencia de suceder por sí mismos. (Liñán, 2006)

En la estructura del reportaje podemos distinguir tres partes: el titular, el lead y el cuerpo. Respecto a la titulación, se recomienda no superar las seis u ocho palabras. El lead del reportaje pretende ganar la atención del lector desde la primera frase; En el cuerpo del reportaje se puede combinar datos esenciales con datos complementarios para mantener el interés del lector y la intensidad del relato. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, 2012)

2.2.6.1.4.3. Crónica

Periodísticamente, la crónica conserva el vínculo típico con lo cronológico. Y así el diccionario francés “Petit Larousse” la define como “artículo de periódico en el que se informa de los hechos o las noticias del día”. (Vivaldi, 1998)

La crónica trata de contar un acontecimiento de interés general, de acuerdo con un orden temporal. El manejo del tiempo no necesariamente debe ser lineal. El cronista tiene licencia para comenzar por la parte de la historia que estime más conveniente para sus necesidades narrativas. (Velásquez, Gutiérrez, Salcedo, Torres, & Valderrama, 2005)

El cronista participa como testigo, no siempre imparcial. El lector acepta que el cronista explique también sus impresiones. No es un género de opinión, porque su función es informar, hacer saber lo que ha pasado. (Gomis, 2008)

2.2.6.1.4.4. Entrevista

La entrevista es un género periodístico en el cual se busca obtener información a través de una serie de preguntas que se le harán al entrevistado. “Por consiguiente, la entrevista tiene como propósito dar a conocer mediante la reproducción de la imagen, una situación, un hecho, etc.” (Moreno, 2006)

Su estructura es variable pero la forma más común es aquella que se inicia con una aseveración interpretativa, resumen o a veces una cita directa. En el primer y segundo párrafo se identifica al entrevistado, se demuestra su capacidad o autoridad en el tema de la entrevista y se aclara la situación e importancia de la misma. (Gonzáles, 1999)

Podemos concluir que la entrevista refleja las respuestas de un personaje, cuyas opiniones, debido a su relevancia social, al cargo que ocupa, o a su implicación en hechos de la actualidad informativa, son de interés general. (Yanes, 2006)

2.2.6.1.5. Distrito de la Victoria

El distrito de La Victoria, fue creado por Ley N° 23926, del 13 de Septiembre de 1984, siendo Presidente de la República el Arquitecto Fernando Belaunde Terry. Es el más reciente distrito creado en la provincia de Chiclayo. Está ubicado al Sur de la ciudad de Chiclayo; su relieve es llano y su extensión territorial es de 32 KM2.

Actualmente el distrito de La Victoria cuenta con cinco Pueblos Jóvenes: El Bosque, 1º de Junio, Víctor Raúl Haya de La Torre, y Ampliación Víctor Raúl Haya de La Torre y Antonio Raymondi. Además, los Asentamientos Humanos Los Rosales, Santo Domingo, 7 de Agosto, Santa Isabel. Las urbanizaciones Santa Rosa de la Policía Nacional del Perú y los Centros Poblados Menores Chosica del Norte y Chacupe. (Municipalidad Distrital de la Victoria, s/f)

Gran parte de la población de La Victoria la conforman inmigrantes de Cajamarca, Bagua, Jaén. En el presente año 2015 hay un total de 180 036 pobladores (INEI, 2015)

2.2.6.1.6. Mercado El Inca

Situado en el distrito de la Victoria, se fundó el 23 de setiembre del año 1975. La tasa de comerciantes actualmente es de 600 formales y 180 informales, existiendo aproximadamente 800 puestos de trabajo en el Mercado El Inca.

Antes de crearse el mercado, las personas deambulaban por las calles de La Victoria ofreciendo diversos productos; hasta que los ambulantes se reunieron y decidieron invadir un terreno libre, el cual estaba destinado a la construcción de canchas de fútbol.

Aquellas personas que dieron inicio a la posesión del terreno, formaron la Asociación de Comerciantes Mayoristas y Minoristas del Mercado El Inca, la cual serviría para la toma de decisiones futuras. En un principio se elaboró un pedido a la Municipalidad de Chiclayo, para que este terreno sea cedido para la creación de un mercado; la petición fue rechazada por parte de la mencionada municipalidad, ya que el terreno tenía dueño.

En el año 1987, el presidente de la Asociación el Sr. Clemente Rabanal García y tres acompañantes (Catalino Vásquez Lozano, Hermógenes Delgado Segura y Alfredo Villarreal), compraron el terreno a la Municipalidad de Requena por un monto de 34, 874.000 de intis; Logrando inscribirse en Registros Públicos.

2.2.6.1.6.1. Radio Ideal

Se fundó el 23 de setiembre de 2004, a partir de un proyecto universitario a cargo del Sr. Segundo Arias Salazar, quien actualmente sigue conduciendo la radio Ideal.

La radio se ubica en la parte norte del Mercado El Inca; el lugar de trabajo tiene la misma infraestructura que cualquier otro puesto dentro del mercado; lo único que lo diferencia es su nombre pintado en la fachada.

El equipo que utiliza es básico. Se emite la programación radial a través de altoparlantes ubicados estratégicamente en zonas altas del mercado para ampliar la cobertura.

Arias afirma que su programación es variada y sujeta a cambios.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Trayectoria cualitativa

La determinación de los sujetos en la investigación requirió un estudio cualitativo, ya que con ello se conoció mejor la realidad del problema, centrada en la falta de un informativo radial dentro de la programación de la radio comunitaria "Ideal". Este tipo de investigación nos permitió acercarnos a los trabajadores del Mercado II El Inca para saber sus gustos y necesidades en cuanto a información.

No se optó por utilizar el método cuantitativo, debido a que nuestra tesis está basado en un informe técnico cuantitativo realizado en el 2010 y nosotros quisimos investigar a profundidad sus opiniones y preferencias para la elaboración de un programa informativo, mas no para un sondeo estadístico, que si bien la información que se recogería iba a brindarnos datos importantes, no se incluirían en nuestra investigación, por el hecho de estar enfocada a un tema de riqueza hablada.

Lo rico en información que se encontró es resultado de lo que en un inicio se planteó hallar, talvez sea materia de subjetividades, aunque legítimas; no se desecha que el análisis realizado haya dejado de lado otros aspectos, pero que en esta ocasión no se tomaron en cuenta por criterios que se creyeron pertinentes.

A pesar de todo, la propuesta para un programa informativo tiene para incluir otras ópticas, comentarios o investigaciones que seguramente se sumarán o están sumándose desde otros campos como la sociología.

3.1.1. Enfoque seleccionado

Para el estudio cualitativo de la “Propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigido a los trabajadores del mercado II El Inca del Distrito de la Victoria en el año 2015”, nos guiamos del concepto de radio comunitaria del autor López Vigil y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias-AMARC, quienes nos dicen que la radio comunitaria debe cumplir una serie de características. Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses, cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta. (López, 1997)

Además de ello fomenta la ciudadanía con igualdad y equidad desde niños hasta adultos; todos teniendo como metas la paz, amistad, democracia y desarrollo entre los pueblos. (ALC - AMARC, s/f)

Teniendo claro estos conceptos, aplicamos la estructura que propone Luengo para realizar un informativo: “La estructura de un espacio informativo dispondrá de un nombre propio que lo identifique del resto. Luego, hay que tener en cuenta el tiempo disponible, duración habitual en la parrilla y su hora de emisión”. (Luengo, 2010)

Consideramos que es una propuesta sencilla, convincente y viable que se adapta a las necesidades actuales de nuestra población estudiada.

3.2. Objeto de estudio

En el estudio cualitativo de la “Propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigido a los trabajadores del mercado II El Inca del Distrito de la Victoria en el año 2015”, nos enfocamos en la estructura y justificación de nuestra propuesta de un informativo radial.

Nos centramos en el Mercado II del distrito de la Victoria porque dentro de éste funciona la radio comunitaria a investigar; es un mercado concurrido por mucha gente, el cual podría ser poderoso en cuanto a información, si tan solo se organizara e interactuara mucho más con sus oyentes.

Si bien en el Perú tenemos un ente articulador que es AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), quien observa y asesora a las radios comunitarias en beneficio con la sociedad, no todas las radios comunitarias se encuentran registradas dentro de AMARC o del MTC (Ministerio de Transportes y Comunicaciones); en el Perú solo existe una radio comunitaria registrada en el MTC.

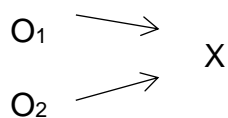
3.3. Tipo y diseño de investigación

3.3.1. Tipo de investigación

Fue una investigación descriptiva - propositiva porque describimos las necesidades en información de nuestra población, para el diseño del programa informativo en la radio comunitaria del mercado El Inca.

3.3.2. Diseño de investigación

Se estableció la siguiente fórmula:



Dónde:

X: Diseño de programa informativo para la radio comunitaria.

O₁: Necesidades de nuestra población segmentada en cuanto a información.

O₂: Opinión de los expertos

3.4. Objeto de estudio

Consideramos como escenario el Mercado II El Inca, ubicado en el distrito de La Victoria en Chiclayo. Se fundó el 23 de septiembre del año 1975. Su ubicación geográfica es por el norte con la Av. Los Andes, al sur las Ñustas, al este la calle Tumi y al oeste la Av. Imperio.

La mayoría de puestos de venta han sido construidos de adobe, techos de esteras y calaminas; el mercado no está ordenado por secciones, pero los comerciantes se dedican a vender pescado, carnes, verduras, piñatería, juguetes, tiendas y ropa.

Los comerciantes pasan más de 8 horas diarias en dicho establecimiento (6a.m. a 2 p.m.); por lo tanto se convierte en su segundo hogar y de manera directa o indirecta la radio está presente en su labor cotidiana, influyendo en su ámbito laboral y personal.

3.5. Sujetos participantes

Los sujetos que investigamos fueron los trabajadores del Mercado II El Inca.

Este establecimiento alberga a distintas personas de diferentes anexos, pueblos jóvenes y asentamientos humanos, pertenecientes al distrito de La Victoria; en su mayoría pobladores que emigraron de Cajamarca. Aproximadamente el 80% de los comerciantes no tiene secundaria completa, pero se las han ingeniado para administrar sus puestos de trabajo. Solo 600 comerciantes trabajan de manera formal, quienes tienen entre 30 a 60 años; de los cuales la mayoría son mujeres.

Rolando Arellano define los estilos de vida. Podemos observar que nuestros sujetos a estudiar se dividen en dos grupos: austeros y progresistas. Austeros son las personas que se han adecuado a su rutina y a su vida; no buscan mejorar, solo quieren mantenerse como están, no han crecido en su negocio. Los progresistas por el contrario han buscado invertir en que sus puestos para crezcan tanto en productos por ofrecer como en expandirse comprando más puestos, lo que les genera mayores ingresos.

El tipo de muestra fue no probabilística, porque no todos tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos. Fueron parte del focus group 16 de los 600 comerciantes formales.

Otros sujetos

Se contó con la ayuda de los expertos en radio, quienes analizaron, recomendaron y validaron nuestro guion radiofónico.

- Juan Cabrejos Becerra, periodista y productor de la Rotativa Regional de Radio Programas del Perú.
- Rosario Coronado Sánchez, periodista corresponsal del grupo RPP Chiclayo.
- Rolando Carlos Manayay, productor y locutor de la radio comunitaria Stereo de Incahuasi, la única registrada y autorizada por el MTC.
- Rosa Chambergo Montejó, locutora del noticiero “Expresión en la radio” transmitido por radio Santa Victoria y Directora del semanario Expresión.
- Paola Li Ramírez, productora general de radio Capital Chiclayo.

Criterios de inclusión:

- Comerciantes formales que forman parte del Mercado II El Inca, porque ellos trabajan de manera constante y fueron una fuente confiable de información.
- Comerciantes que laboren más de cinco años en el Mercado II El Inca
- Comerciantes que viven dentro del centro de La Victoria y sus anexos. Ellos nos ayudaron a enriquecer nuestra información.

Criterios de exclusión:

- Comerciantes informales. No se les consideró dentro de la investigación debido a que son personas que están en constante migración.
- Jóvenes y niños trabajadores del Mercado II El Inca.

3.6. Variables

Propuesta de programa informativo radial – independiente

La propuesta consistió en realizar un programa informativo radial basándonos en la opinión de los trabajadores, en una buena estructura de información y un lenguaje adecuado.

Un programa radial informativo puede definirse como “El atributo primordial de la información es la actualidad. El tiempo característico de la información radiofónica es el presente, el momento en el que ocurren los hechos. La información de actualidad se centra en hechos y datos sobresalientes de la sociedad y en las opiniones que generan unos y otros”. (Cohen & Pereyra, 2010)

Por lo tanto, quisimos emitir mensajes estructurados hacia nuestros radioyentes, quienes fueron los trabajadores del Mercado II El Inca.

3.7. Operacionalización

Tabla 1

Propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigida a los trabajadores del Mercado II El Inca del Distrito de la Victoria en el año 2015.

Variables	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores	Índices	Categorías	Técnicas
Propuesta de programa informativo radial	Opinión de los trabajadores	Expectativas del informativo	Preferencias Necesidades	Temas		Focus group
	Guion radiofónico	Estructura informativa	Nombre Tiempo	Título Hora de		Propuesta

				Emisión	
		Duración		Transmisión	Mucho Regular Poco
		Saludo		Atractivo	Bueno Regular Malo
Estructura presentación	de	Entrada presentación	–	Contenidos destacados	Muy importante Importante Poco importante Muy importante
		Titulares		Creativos	Impactante Impactante Poco

	Desarrollo de las noticias seleccionadas	Profundidad	impactante Bueno Regular Malo Muy impactante
	Noticias Breves	Impacto	Impactante Poco impactante Muy impactante
	Resumen de salida	Anuncios	impactante Impactante Poco impactante
Proceso	Hechos	Actualidad	Adecuado No

			adecuado
Recogida de datos	de	Investigación	Muy importante
			Importante
			Poco importante
			Muy importante
Elaboración de la información	de	Certeza	importante
			Importante
			Poco importante
Criterios marco general	de	Línea periodística	Adecuado
			No adecuado
Criterios	de	Actualidad	Muy

		funcionamiento inmediato		importante	
				Importante	
				Poco importante	
				Muy importante	
		Criterios de exclusión	Selección	Importante	
				Poco importante	
				Creíble	
				Poco creíble	
				Nada creíble	
Lenguaje radiofónico	Formas sonoras	La palabra	Mensaje	Buena	Entrevistas
		La música	Expresividad	Regular	
				Mala	

		Efectos sonoros	Sonidos inarticulados	Alto
			Estructura musical	Normal
				Bajo
Formas sonoras	no	El silencio	Organiza material sonoro	el Adecuado No adecuado

Fuente: Elaboración propia.

3.8. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.8.1. Métodos de investigación

El método que se usó en esta investigación fue empírico - descriptivo. Partimos de una realidad objetiva - los trabajadores- en la que obtendremos la información que necesitamos –mediante focus group- y así se pudo describir las características encontradas, para luego cruzar la información obtenida con los otros datos de los instrumentos aplicados.

3.8.2. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas que usamos son dos:

1) focus group:

En el focus group existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema, a través de la interacción. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Para la elaboración de este instrumento se tomó en cuenta el lenguaje a utilizar; considerando que el 80% de los trabajadores no ha terminado secundaria, por lo cual decidimos usar un lenguaje coloquial, que ellos entendieron fácilmente y nos pudieron dar las respuestas que necesitábamos para elaborar nuestra propuesta.

Redactamos una lista de preguntas a efectuar, pero si en el momento de aplicar nuestro instrumento aparecen nuevas interrogantes que consideramos importantes para nuestra investigación las haremos en ese instante.

2) Entrevista:

La entrevista es un método de recogida de datos muy utilizado en la investigación cualitativa; emplea la comunicación verbal para

obtener información sobre un tema definido; permite describir acontecimientos e interpretar conductas o actitudes desde la expectativa del propio entrevistado. (Icart, Fuentelsaz, & Pulpón, 2006)

Se acudió a expertos en radiodifusión que nos ayudaron a manejar mejor las técnicas de estudio, como las características y cualidades que debe tener un informativo para una radio comunitaria. Para ello, elaboramos nuestra guía de preguntas.

3.8.3. Instrumentos de recolección de datos

1) Guía de pautas del focus group:

Los trabajadores del Mercado II El Inca fueron nuestra primera fuente de información; la guía de pautas de focus group consta de 8 preguntas y su duración fue de una hora; esto nos ayudó a saber cuáles son las preferencias y necesidades en información de nuestros radioyentes. Para ello separamos en dos grupos de 8 personas a nuestros sujetos de investigación, porque de esta manera se trabaja de forma directa y personal.

Esto fue importante para obtener un perfil de nuestro público objetivo, lo cual nos ayudó a la elaboración de nuestra propuesta.

2) Guía de entrevista:

Los expertos entrevistados fueron nuestra segunda fuente de información, la guía de entrevista contó con 12 preguntas; mediante este instrumento obtuvimos datos que enriquecieron nuestra investigación y luego se cruzó la información obtenida por ambos instrumentos.

3.9. Procedimiento para la recolección de datos

Para la recolección de datos, en esta investigación se tomó como primer paso seleccionar a los sujetos participantes. Con la variable independiente operacionalizada diseñamos nuestros instrumentos (En esta etapa se indagó de manera teórica y descriptiva-cualitativa- lo citado), se elaboró un focus group y utilizamos la técnica de guía de pautas de focus group, donde participaron los trabajadores del Mercado II El Inca. Primero se contactó al presidente de la Asociación de Comerciantes Mayoristas y Minoristas y se le explicó nuestra investigación, posteriormente asistiremos a una de la reuniones para dar a conocer a los trabajadores nuestra investigación sobre la radio comunitaria “Ideal”, pidiéndoles de antemano su participación; para reiterarles nuestro compromiso pactado se les entregó una invitación en físico.

Entrevistamos a expertos en radiodifusión siguiendo una guía de preguntas. Identificamos los elementos que intervienen en el proceso de información radial, para posteriormente cruzar la información obtenida, la cual aplicamos a nuestra investigación.

Tabla 2

Procedimiento de recolección de datos.

Objetivos específicos	Aspectos indagar	por	Instrumentos fuentes	/	Productos esperados
Estudiar los antecedentes y bases teóricas de las radios comunitarias en el Perú y sus	Historia de la radio. Radio comunitaria en América Latina y el Perú.	de la	Revisión bibliografía alusiva al tema. Revisión de antecedentes alusivos al tema.	de	Conceptos fidedignos

programas informativos transmitidos.	Proceso de la radio comunitaria.		
	Conceptos y elementos de la información.		
Describir los gustos, y necesidades de nuestra población segmentada en cuanto a información.	Investigar acerca de nuestro sujeto de estudio. Sondear los gustos, intereses y necesidades de los sujetos de estudio.	Focus group a los pobladores.	Satisfacer a los radioyentes.
Identificar los elementos que intervienen en el proceso de información radial y aplicarlos a nuestra investigación.	Recolección de datos acerca de la información Análisis de los datos encontrados	Revisión de bibliografía alusiva al tema.	Estructura informativa

<p>Justificar nuestra propuesta de programa informativo para la radio comunitaria del Mercado II El Inca, en base a opinión de especialistas y una muestra seleccionada.</p>	<p>Connotación científica acerca de los programas informativos</p> <p>Validar nuestros instrumentos.</p>	<p>Entrevista a expertos.</p>	<p>Validar nuestra propuesta de programa informativo.</p>
--	--	-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

3.10. Criterios éticos

En nuestra investigación “Propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigido a los trabajadores del Mercado II El Inca del Distrito de la Victoria - 2015”, fue necesario recoger la opinión de los trabajadores. Por ello, en todos nuestros instrumentos a emplear aplicamos los criterios éticos de consentimiento informado, veracidad y responsabilidad, porque aparecen los nombres de las personas participantes. Transcribimos sus comentarios tal cual nos relataron, sin intentar tergiversar o manipular su contenido para beneficio nuestro o de otros.

3.11. Criterios de rigor científico

Nuestra investigación “Propuesta de programa informativo para la radio comunitaria “Ideal” dirigida a los trabajadores del Mercado II El Inca del Distrito de la Victoria - 2015”, demandó la utilización de instrumentos nuevos. Se sugirieron los criterios de confiabilidad y validez de instrumentos para el cual sometimos nuestro focus group y entrevistas a una validación por expertos, que están anexadas a nuestro informe. La selección de nuestros sujetos, se definió bajo los criterios de

exclusión e inclusión, tal como está definido (3.2 Sujetos de investigación).

Al no ser “delicado” nuestra tema pudimos acceder libremente a cualquier información que nos pareciera necesaria; pero para ello debimos de garantizar la credibilidad y confirmabilidad de todos los datos obtenidos.

Cuando obtuvimos los resultados de nuestro focus group y entrevistas a expertos pasamos a trabajar el cruce de información.

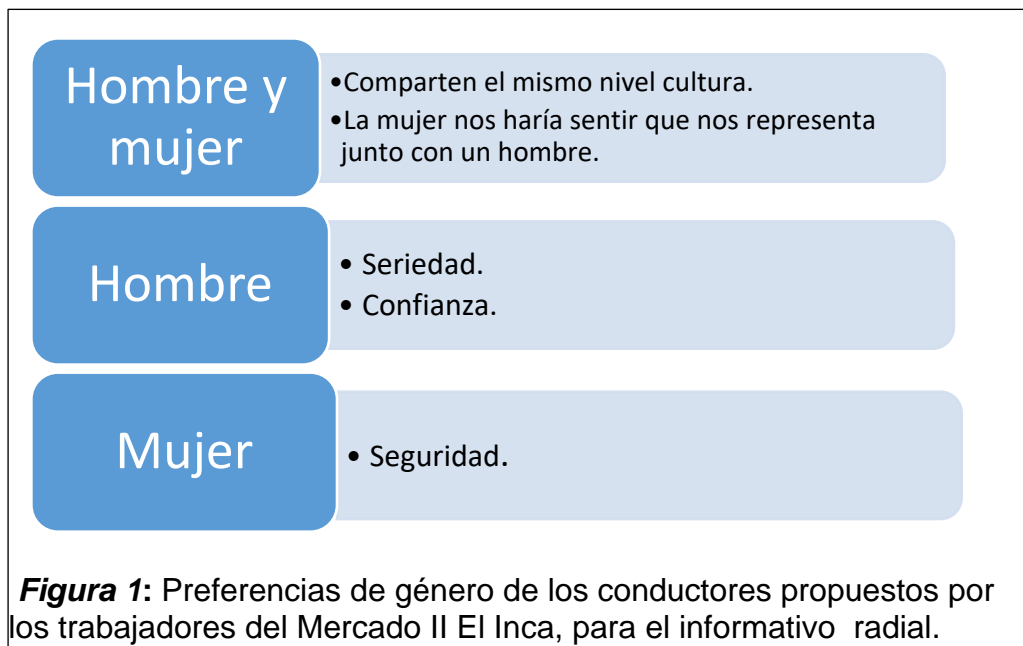
CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis y discusión de los resultados

Después de haber aplicado la entrevista y focus group como instrumentos, pudimos alcanzar nuestros dos principales objetivos que son: “describir los gustos, preferencias y necesidades de nuestra población segmentada en cuanto a información” e “identificar los elementos que intervienen en el proceso de información radial y considerarlo en nuestra propuesta”. Así se puede ver en las siguientes tablas y figuras:

Objetivo: Describir las preferencias y necesidades de nuestra población segmentada en cuanto a información.

Técnica: Focus group



Fuente: Elaboración propia.

Comentarios:

Los trabajadores del mercado prefieren en su mayoría, que el programa informativo tenga dos integrantes para la locución, un varón y una mujer. Ambos representan la equidad de género a nivel cultural.

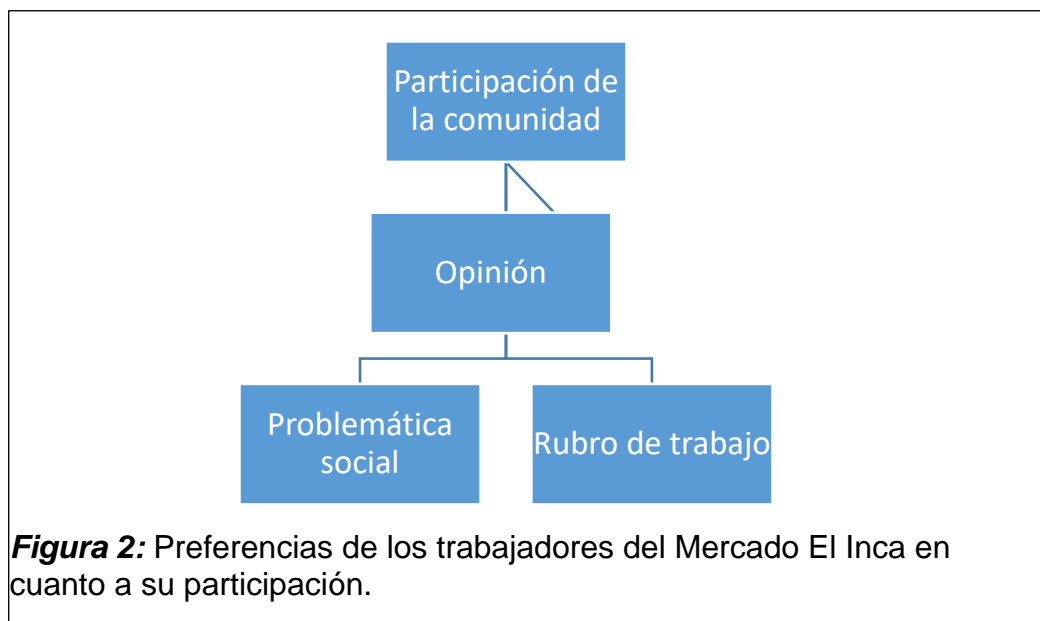


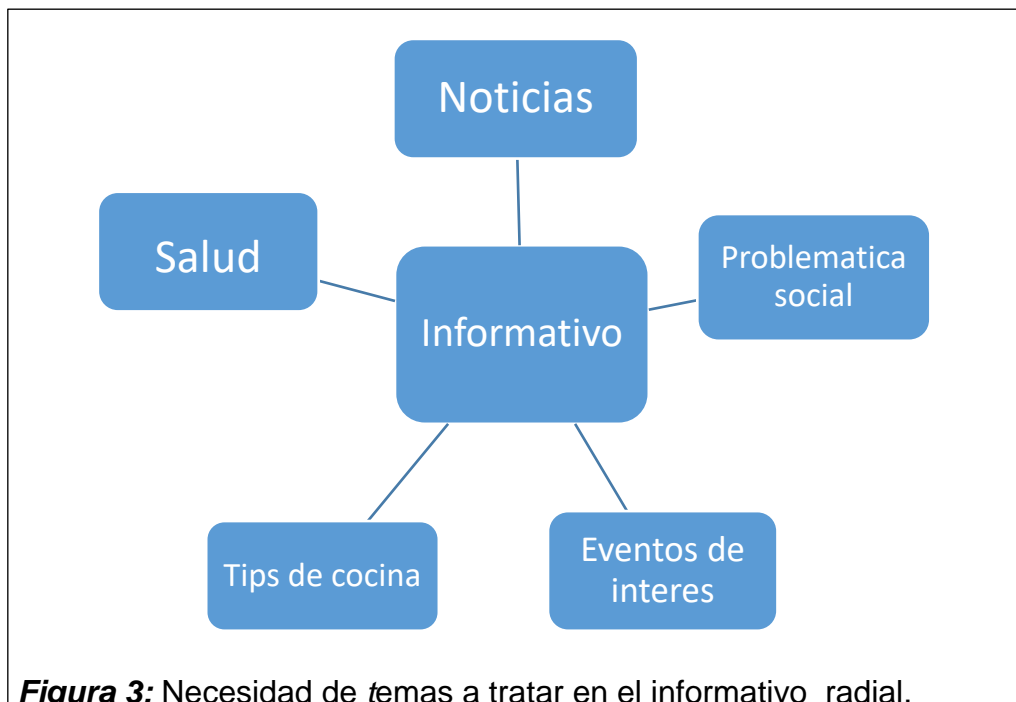
Figura 2: Preferencias de los trabajadores del Mercado El Inca en cuanto a su participación.

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios:

Este cuadro arroja que a los trabajadores les gustaría opinar principalmente sobre alguna problemática social o sobre algún tema que sea de su rubro de venta.

La participación de la comunidad es fundamental en una radio comunitaria. Se busca saber qué opina la comunidad frente a un tema que envuelve a todos y que sientan que su voz se escucha.



Fuente: Elaboración propia

Comentarios:

A los trabajadores del mercado II El Inca les gustaría escuchar en un programa de información, noticias, salud, problemas sociales, eventos que se organizan en la localidad y finalmente también tips sobre cocina.

Estas propuestas serán usadas para elaborar nuestro guion.

Objetivo: Identificar los elementos que intervienen en el proceso de información radial y considerarlo en nuestra propuesta.

Técnica: Entrevista

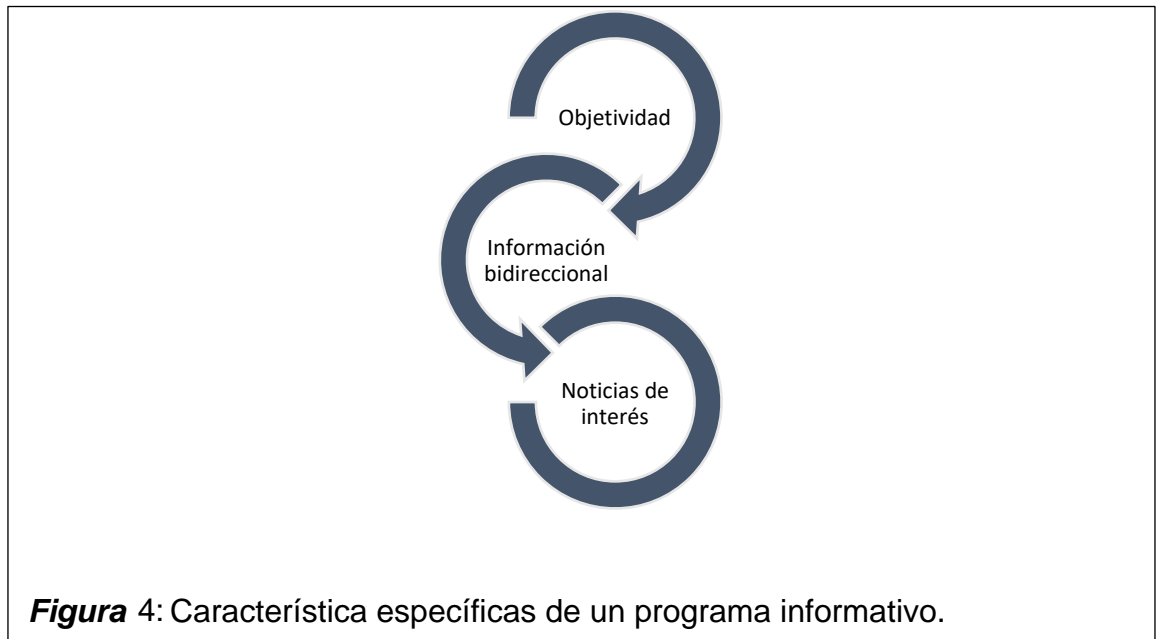
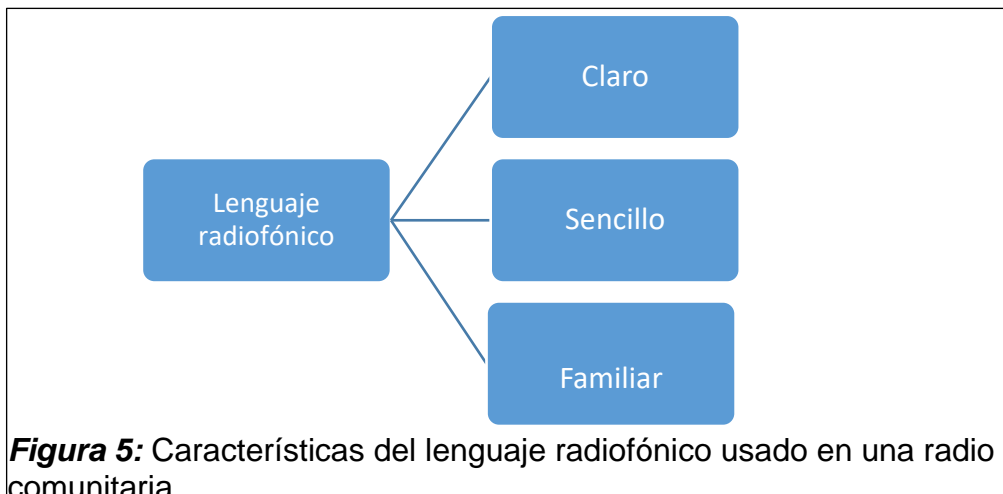


Figura 4: Características específicas de un programa informativo.

Fuente: Elaboración propia

Comentarios:

- En este punto encontramos tres índices: la objetividad, información bidireccional y noticias de interés para la comunidad. En este tipo de emisoras lo informativo juega un papel democratizador ante hechos locales, además busca distintas voces (actores sociales) que son protagonistas para tratar esos temas y tiene como fin el consenso participativo.



Fuente: elaboración propia

Comentarios:

- El lenguaje debe ser claro y sencillo, debido a que la población tiene que entender a la perfección el mensaje que se emite por la radio.
- El lenguaje familiar es fundamental en una radio comunitaria, ya que la radio es del pueblo y debe hacer sentir a la comunidad como parte de su vida, por ejemplo, en la Radio Stereo de Incahuasi se transmiten programas en quechua por ser su lengua natal, logrando una mayor identificación del pueblo hacia la radio.

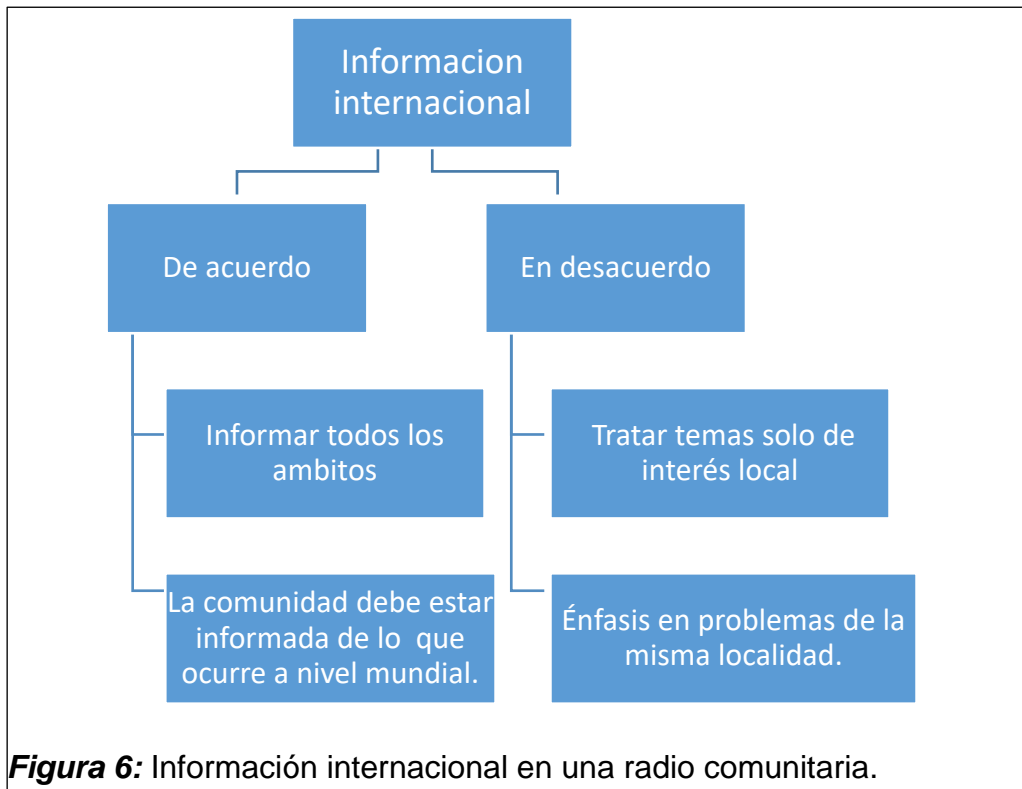
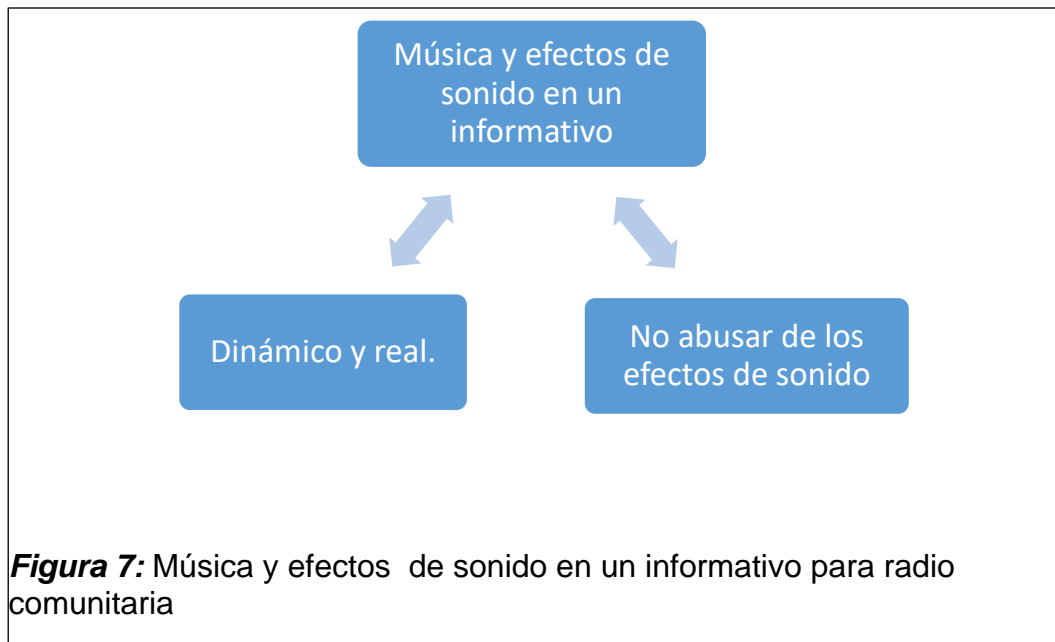


Figura 6: Información internacional en una radio comunitaria.

Fuente: Elaboración propia

Comentarios:

- En el tratamiento de la información internacional hay dos posiciones. En la primera se determinó incluir todos los ámbitos de la información. En la segunda, es solo abordar el plano local y nacional.
- Se debe dar información internacional limitando y relacionando a temas que pueden ser interés de la comunidad. Juan Cabrejos Becerra señala lo siguiente, “para emitir noticias internacionales tienen que masticar bien la información y entregársela diluida, para que el campesino, obrero o trabajador lo asimile y capte”.



Fuente: Elaboración propia

Comentarios:

- Son recursos importantes que permiten a la audiencia comprender adecuadamente el mensaje. Los efectos sonoros de la radio restituyen objetivamente y subjetivamente la realidad, logrando que los oyentes recreen en su mente una imagen, recepcionando la información recibida.
- La música y efectos son importantes, debemos saber en qué momentos utilizarlos; por eso es fundamental la realización de un guion donde quede estipulado cuánto tiempo y en qué momento se programarán.

De la propuesta de programa informativo para la radio comunitaria "Ideal" dirigido a los trabajadores del Mercado II el Inca del Distrito de la Victoria, se considera que la comunidad es la principal promotora de la radio, porque la radio es del pueblo para el pueblo. Para elaborar un informativo se deben seguir ciertos parámetros, como saber seleccionar información, la estructura de un guion, entre otros.

Después de la aplicación del focus group, pudimos observar que: Las preferencias y necesidades en información de los trabajadores (figura 2), serían hacia los temas de problemática social y sobre temas que tienen que ver con el rubro de trabajo. Por lo general el pueblo comienza a participar en la radio tímidamente; no sabe si lo que dice y cómo lo dice se escuchará bien; después va ganando confianza, levanta su voz, su palabra se escucha; luego lo siente parte de su vida, el pueblo se apropia del medio, le impone sus mensajes, su lenguaje, le marca sus gustos, vive en él, siente que la radio está caminando a su lado. (Ramos, 2015)

Los efectos y la música (figura 7) juegan un papel importante. Pousa & Yaguana (como se citó en Merayo, 2003) señala que los efectos radiofónicos son productos sonoros de breve duración y de distinta naturaleza que, por sí mismos o con ayuda de la palabra, colaboran en la ambientación y descripción de una idea radiofónica formando parte del mensaje que lo trasmite.

Rosario Coronado, experta en radiodifusión, comenta que los efectos ayudan a la audiencia a comprender el mensaje que se busca transmitir. El dar a conocer información sin espacios, sin cuñas, sin efectos, haría demasiado tedioso el programa. Se recomienda trabajar los efectos, sin abusar de ellos como lo indica Paola Li Ramírez, "hay

que tener cuidado con los efectos y no sobrecargar al públicos con estos porque sería llamar mucho la atención y se perdería lo informativo”.

De acuerdo a lo citado anteriormente, la radio es del pueblo y ellos son quienes estructuran la programación de la radio. Los temas propuestos por los trabajadores del Mercado II El Inca, para el informativo radial, fueron noticias, salud, tips de cocina; además, problemática social y eventos de interés de la comunidad (figura 3). Flores menciona que la radio comunitaria trabaja lo informativo ligado a su aporte en la construcción de democracia, lo que plantea la necesidad de un equilibrio entre los actores sociales, a partir del reconocimiento a la igualdad de las personas y la pluralidad de la participación (Flores, 2006).

Los trabajadores del mercado prefieren en su mayoría que el programa informativo tenga dos integrantes para la locución, un varón y una mujer (figura 1). Ambos representan la equidad de género a nivel cultural y generan seriedad, seguridad y confianza. La recomendación que hace el entrevistado Rolando Carlos Manayay, productor y locutor de la radio comunitaria Stereo Incahuasi, es que el programa sea conducido por un hombre y una mujer, ya que la mujer causa más familiaridad en los receptores y el hombre representa la seriedad.

El lenguaje radiofónico para una radio comunitaria (figura 5) debe ser claro, sencillo y familiar, ya que la comunidad tiene que entender y sentirse identificada con lo que se está emitiendo; concordando con lo que dice Rolando Carlos Manayay, “La información que se brinda debe ser concisa y de fácil entendimiento, en el caso incahuasino se da la información en quechua ya que se sienten más familiarizados con esta

lengua”.

El uso del lenguaje en la radio tiene que ser claro y directo; una sintaxis basada en frases cortas y los tiempos verbales en presente propicia un tipo de lenguaje que se adapta fácilmente a distintas etapas. (Quintana, 2006)

Transmitir información internacional en una radio comunitaria fue el tema de más discusión y análisis (Figura 6). La respuesta más resaltante es la siguiente: “Se debe incluir noticias nacionales, internacionales, entrevistas, reportajes, informes, sección de salud, opiniones, encuestas, saludos, no debemos privar a nuestro oyentes a nada” dice Rosa Chambergo - Locutora del noticiero “Expresión en la Radio” transmitido por radio Santa Victoria y quien es además Directora del Semanario Expresión.

Por otro lado tenemos la única opinión en contra de que se emita noticia del ámbito internacional, es el caso de Rosario Coronado, corresponsal de Radio Programas del Perú en Lambayeque, “Considero que no es recomendable, el caso de la radio comunitaria está más orientada a tratar temas de interés local”, para transformar la comunidad; por lo tanto determinamos que la propuesta de programa informativo, busca darle al pueblo la información que necesita; poniendo énfasis en la información local, resaltando algunos temas nacionales de interés de la comuna y, de ser necesario, se debe dar información internacional limitando y relacionando a temas que pueden ser interés de la comunidad, por ejemplo: la propagación de un virus, fenómeno natural que podría afectar al país.

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

5.1. Título

Propuesta de programa informativo desde la radio comunitaria “Ideal”, para mantener informada a la población.

5.2. Fundamentación

Esta propuesta fue elaborada con el objetivo de planificar y desarrollar un programa informativo de calidad en la parrilla de programación de la radio comunitaria “Ideal”.

Habiendo revisado los antecedentes y teorías, encontramos que Girard nos dice que la característica más distintiva de una radio comunitaria es su compromiso con la participación de la comunidad en todos los niveles. Mientras en la radio comercial hay segmentos específicos donde los oyentes participan; en la radio comunitaria los oyentes son la base de su programación y participan de los mismos. (Girard, 2011).

Aplicando una entrevista a expertos en radiodifusión y un focus group a los trabajadores del Mercado II El Inca; llegamos a la conclusión que ofreciendo una información de interés para la comunidad, imparcial y fidedigna sobre el acontecer local y nacional; dándole mayor énfasis en los hechos locales, se puede contribuir a integrar de mejor forma a este sector de la comunidad.

5.3. Descripción

En la propuesta se podrá observar las generalidades del programa. Los temas que se pueden incluir en este formato son las noticias de entorno local, regional, nacional e internacional de ser necesario; también se incluirán temas de salud y tips de cocina, basados en la

opinión de los expertos en radiodifusión.

Según los resultados del focus group, la mayoría de los trabajadores que escuchan la radio están dispuestos a participar dentro de la programación del informativo, podrán emitir anuncios, avisos o denuncias. Además mencionaron que preferirían que el informativo se transmitiera por las mañanas y que sea conducido por un hombre y una mujer, por lo tanto ese es el formato que se seguirá.

Las fases para esta propuesta son: la elaboración de un cronograma, la elaboración de un guion técnico-literario y costos.

En la preproducción se podrá ver el desarrollo del tema, que estará en manos de los locutores; pues ellos describirán cada punto a tratar y también contestarán las preguntas de los oyentes. Sin embargo, habrá ocasiones en las que se hará una invitación a especialistas para que hablen acerca del tema del día.

El informativo se identificará por estar al servicio de la comunidad brindándole información actual y de interés. Es un formato que quiere transmitir sus contenidos con mucha elocuencia, tratando que sea fácil de entender y pueda llegar con facilidad al público objetivo.

5.4. Metas

- Crear un nombre para el programa radial.
- Producción de guion técnico-literario.
- Costos

5.5. Mecanismo de trabajo

Lo que se haría primero para el programa informativo es poner un nombre, eslogan, y lo más importante, una cortina que pueda ser reconocida y posicionada en la mente de los receptores. Luego para la elaboración de nuestro guion técnico-literario evaluaremos los resultados obtenidos por nuestras entrevistas y focus group. Luego de ello buscaremos la ayuda de un profesional de producción radiofónica, con el fin de estructurar el guion.

5.6. Cronograma

	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Creación del nombre del programa	X			
Búsqueda de profesional en producción radiofónica	X			
Selección de temas		X		
Elaboración del esquema del guion		X	X	
Elaboración del guion técnico literario			X	x
Costos				x

5.7. Generalidades del programa

Nombre del programa

El Chasqui

En el Distrito de la Victoria todas sus calles llevan nombres referidos a los incas, como es el caso del Mercado El Inca, entonces se decidió poner un nombre que vaya acorde al contexto en el que estábamos. El Chasqui era el responsable de llevar los mensajes en todo el imperio incaico, Pedro Cieza de León, cronista español, escribió: “Los incas inventaron un sistema de postas que era lo mejor que se pudiera pensar o imaginar... las noticia no podría haber sido transmitida a través de una mayor velocidad, que con los caballos más veloces“. Por lo cual nosotros cumpliremos el mismo rol de mensajeros al transmitir las noticias.

Slogan

El chasqui, te acompaña en tus mañanas

Horario

El programa radial se transmitirá media hora, de 9:00 am a 9:30 am, de lunes a viernes. Según la opinión de los trabajadores del Mercado II El Inca, se escogió trabajar estos días por ser laborables. El programa tendrá dos para dar paso a música, mientras concede minutos de descanso para los locutores y receptores, y luego se continuará con la información.

Locución

Estará a cargo de dos personas un hombre y una mujer, porque según las entrevistas realizadas a expertos y el focus group aplicado a los trabajadores del Mercado II El Inca, es necesario para tener más familiaridad con el público y lograr un lazo de confianza.

Temas a tratar:

- Noticias locales, nacionales e internacionales (de ser necesario)
- Temas de salud
- Tips de cocina

5.8. Costos de producción:

Materiales	Costos
Discos en blanco	S/. 5.00
Útiles de escritorio	S/.10.00
Periódicos	S/.10.00

Material humano	Costo
Locutores	S/. 50.00
Operador	S/.50.00

5.9. Escaleta de programación

Cortina radial 1.- Presentación	0' 12"
Saludo de bienvenida	0' 19"
Presentación de los titulares	0' 51"
Narración de las noticias	8' 10"
Espacio publicitario	0' 12"
Entrevistas	9' 00"
Breve resumen y cierre del bloque	1' 00"
Canción	3' 00"
Fondo musical – presentación efemérides y narración	0' 23"
Fondo musical – presentación Bien por casa parte I - narración	1' 20"
Canción	3' 00"
Fondo musical – Bien por casa	1' 20"

parte II - narración	
Avisos – comunicados	0' 10"
Fondo musical, tip de cocina	0' 22"
Despedida	0' 11"
Cortina 1	0' 10"
Total	0' 30"

5.10. Guion técnico- literario

CONTROL	LOCUTOR	TIEMPO
Cortina 1 de entrada – inicio de programa		12 seg.
Cortina 1 de entrada – inicio de programa baja /se mantiene como fondo	Locutor 1: El Chasqui te informa los hechos más importantes ocurridos a nivel local, regional, nacional e internacional.	6 seg.
	Loc. 1. Buen día público en general. Siendo las 9 de la mañana en punto, se da inicio al programa.	5 seg.
	Loc. 2. Como siempre, acompañaran su mañana sus amigos Rosa Chávez y Pepe Larios.	5 seg.
	Loc. 1. Es así como comenzamos nuestros titulares.	3 seg.
Cortina 1- titulares Baja cortina 1 – titulares y se	Loc. 2. Plano local 1,200 viviendas del distrito de La Victoria colapsarían de registrarse	15 seg.

mantiene como
fondo

intensas lluvias.

Excalcalde de Chiclayo, Roberto
Torres, padecería de principios de
Alzheimer.

Roban en iglesia San Rafael
Arcángel de Chiclayo

Se da inicio a procesión del Señor
de los Milagros.

Loc. 1. **Plano regional** 15 seg.

Incendio en el penal de Picsi.

Marcha No a la trata de personas.

Fenómeno El Niño traerá
enfermedades infecciosas.

Juramenta brigada de Protección
Arqueológica Huaca Bola de Oro.

Instalarán 5 mil hectáreas de
algodón pese a riesgo por El Niño

Loc. 2. **Plano nacional** 13 seg.

El futbol peruano está de luto.

Falleció Freddy Ternero.

La Policía Nacional del Perú en los
últimos seis años ha logrado

incautar 122 millones de dólares falsos en todo el país.

Loc. 1. Plano internacional	5 seg.
El Papa Francisco manda mensaje a cubanos.	
Loc. 2. Ahora damos inicio a la narración de noticias	3 seg.
Plano local	
Loc. 1. Alerta en Chiclayo. Al menos 1,200 viviendas del populoso distrito de La Victoria colapsarían de registrarse intensas lluvias como las de 1983 por el Fenómeno El Niño, advirtió el comité distrital de Defensa Civil.	14 seg.
Loc. 2. La evaluación de Defensa Civil comprobó que en diversos sectores —especialmente los pueblos jóvenes— hay viviendas de abobe con techos de esteras y plástico, que serían las primeras afectadas con precipitaciones intensas, indicó el secretario técnico de La Victoria, José Pita, a la agencia Andina.	18 seg.
Loc. 1. Ante esta situación, se consideró la creación de centros pilotos de auxilio rápido que se ubicarían en las instalaciones de la cancha sintética del parque zonal, el	29 seg.

complejo deportivo Félix Paz Pérez, en la avenida Imperio; plataforma del Pueblo Joven Antonio Raymondi, plataforma Unión, así como en la plataforma deportiva de Chosica del Norte y Jockey Club de Chiclayo.

Loc. 2. El sector Carmetal sería el primer afectado por las inundaciones, puesto que se ubica en una zona honda y habría dificultades para evacuar las aguas; situación similar se viviría en el pueblo joven Sagrado Corazón de Jesús.	15 seg.
Loc. 1. El exalcalde de Chiclayo, Roberto Torres, padecería de principios de Alzheimer, según un informe médico emitido por galenos del penal de Picsi.	14 seg.
Loc. 2. Ahí también se detalla que el presunto líder de la organización criminal ‘Los Limpios de la Corrupción’ padecería de otras 5 enfermedades más. Los males que más preocupan son la diabetes y la hipertensión arterial que, según su abogado, se debe al “tema emocional”. Según el documento, Torres Gonzales se	25 seg.

olvida de las cosas y no reconoce a las personas.

Loc. 1. El exburgomaestre de Chiclayo también tiene una hernia umbilical no complicada. Para su defensa, este debería ser trasladado a una clínica u hospital para que reciba tratamiento.

No obstante, la Fiscalía no ha descartado que ello se dé, siempre y cuando los médicos y especialistas así lo decidan.

Loc. 2. Delincuentes ingresaron a la iglesia San Rafael Arcángel de la urbanización Quiñones, en la ciudad de Chiclayo y se llevaron el dinero de las limosnas, así como equipos de sonido, adornos, ofrendas e incluso el vino ceremonial. El dinero sustraído estaba destinado a la construcción de un velatorio.

Loc. 1. Aprovecharon que una puerta estaba abierta para permitir el ingreso de los feligreses a orar y una vez adentro retiraron lunas y rompieron chapas y puertas para apoderarse de los bienes.

<p>Loc. 2. Según la iglesia, los ladrones se habrían llevado aproximadamente de 8 a 10 mil soles. El hecho sucedió a plena luz del día y a vista de los comerciantes de un mercado cercano.</p>	14 seg.
<p>Loc. 1. Los vendedores indicaron que los delincuentes llegaron al lugar en un mototaxi. Cabe mencionar que esta es la segunda vez que malhechores ingresan a robar en este templo.</p>	14 seg.
<p>Loc. 2. Miles de fieles católicos salieron a las calles de la ciudad de Chiclayo, para acompañar la procesión del Señor de los Milagros, que desde hoy inició su recorrido procesional por toda la ciudad.</p>	15 seg.
<p>Loc. 1. El anda del Cristo Morado salió de la iglesia Santa María Catedral, luego de la misa ofrecida por el Monseñor Robert Prevost. Después recorrieron toda la avenida Elías Aguirre, en medio de cánticos y rezos del Rosario.</p>	15 seg.
<p>Loc. 2. Las seis cuadrillas de cargadores (4 de varones y 2 de mujeres) y los 250 integrantes de la hermandad, se distribuyeron de manera ordenada para cuidar el</p>	16 seg.

paso de la imagen y los devotos. Asimismo, las 25 sahumadoras seleccionadas para este año, formaron largas y vistosas filas delante del anda.

Loc. 1. "Este año el anda del Señor de los Milagros es de plata y habrá cuatro recorridos" indicó una integrante de la hermandad. La procesión estuvo resguardada de un fuerte contingente policial.

Plano regional

Loc. 1. Incendio registrado hoy en el penal de Picsi deja tres internos fallecidos y al menos una docena de afectados con serias quemaduras,

Loc. 2.El siniestro se habría producido luego de la pelea entre dos compañeros del pabellón C, donde también estarían ubicados los ex funcionarios municipales, integrantes de "Los Limpios de la Corrupción".

Loc. 1. Las autoridades regionales apoyarán la multitudinaria marcha para decirle "No a la trata de personas" que se organizará este 25 de setiembre con apoyo de la Diócesis de Chiclayo, Cáritas y la

Conferencia Episcopal Peruana.

Loc. 2. El objetivo de la marcha es concientizar a la población, para reducir las alarmantes estadísticas que colocan a Lambayeque como uno de los departamentos con más casos de trata de personas. Se reportó 2080 casos de explotación desde el año 2007.	14 seg
Loc. 1. El fenómeno El Niño traerá consigo una serie de enfermedades de tipo infecciosa como diarreas, resfríos, neumonías, problemas de piel y los oídos debido a las inundaciones. Así lo señaló el médico Alejandro Llanos Cuenta, Jefe del Programa de Enfermedades Metaxénicas del Hospital Cayetano Heredia	18 seg.
Loc. 2. Pasado el fenómeno se tendrá enfermedades endémicas como el Dengue y la Chikungunya a consecuencia de las aguas estancadas y las fuertes temperaturas, que provocará la rápida propagación y eclosión de los huevos de los vectores.	12 seg.
Loc. 1. En último lugar se dará la peste bubónica, que es transmitida	6 seg.

por roedores hacia las personas.

Loc. 2. Una saludable iniciativa	15 seg.
realizaron los pobladores del anexo “El Triunfo” en el distrito chiclayano de Pomalca luego de juramentar una brigada de Protección Arqueológica y lanzar el primer centro de información arqueológica que será protegida por escolares, que desde ya se involucrarán con la defensa de la cultura.	
Loc. 1. La ceremonia estuvo	26 seg.
presidida por el arqueólogo Walter Alva Alva, director del Museo Tumbas Reales de Sipán, impulsador de la investigación en la huaca “Bola de Oro”, pequeño espacio que cobija a los pobladores rurales de esta zona, donde se descubrieron ceramios, entierros y objetos de metal que representan la secuencia cronológica completa del valle de Lambayeque desde el periodo formativo hasta la ocupación Inca.	
Loc. 2. Los escolares y la brigada	15 seg.
de pobladores de este sector rural se comprometieron a defender su legado e impulsar un proyecto para promover el turismo y la	

gastronomía en este sector, ubicado a 13 kilómetros de la ciudad de Chiclayo.

Loc. 1. “Los pobladores han decidido organizarse y formar este comité de protección, esto es pocas veces visto, porque en otros sitios la población saquea y depreda estas huacas. Lo más importante es que los niños estudiarán estos hallazgos y se comprometerán desde ya a defender su pasado histórico”, indicó Walter Alva.	18 seg.
Loc. 2. Cabe precisar que este no es cualquier huaca, aquí se descubrió una Tumba del orfebre Mochica con su osamenta, ofrendas, collares, piedras, y objetos de metal. Además de 13 entierros con huesos de peces y cerámica desarrollada en los años 500 a. C-1532 a.C.	16 seg.
Loc. 1. El Comité de Coordinación del Plan de Cultivo y Riego del Valle Chancay Lambayeque, aprobó la instalación de cinco mil hectáreas de algodón en los sectores Muy Finca, Mórrope, Lambayeque y Monsefú.	14 seg.
Loc. 2. El gerente regional de	16 seg.

Agricultura, Ricardo Romero

Rentería, precisó que el inicio de la campaña se efectuará a solicitud de los algodoneros, pese al riesgo que corren ante la inminente llegada del evento climatológico El Niño.

Loc. 1. “Responsablemente les hemos hecho conocer el riesgo que corren de presentarse el Fenómeno de El Niño; sin embargo ellos nos han comunicado que bajo su propio riesgo van a empezar las labores”, enfatizó.	16 seg.
Loc. 2. El funcionario refirió que el área de siembra es similar a la de la anterior campaña, y se encuentran inmersos unos mil agricultores.	10 seg.
Loc. 1. Finalizó indicando que en los próximos días se fijará la fecha de partida para la distribución del recurso hídrico, pues por el momento, los algodoneros realizan la preparación de sus terrenos.	15 seg.
<hr/> Plano nacional <hr/>	
Loc. 2. Freddy Terneró falleció a los 53 años producto de cáncer de riñón, Lima, 18 de setiembre de 2015. Es el técnico más exitoso de la historia del fútbol peruano a nivel clubes y cómo no va a serlo, puesto	20 seg.

que llegó al cielo con el Cienciano del Cusco al ganar la Copa y Recopa Sudamericana del 2003 y 2004.

Loc. 1. La Policía Nacional del Perú (PNP) en los últimos seis años ha logrado incautar billetes falsos en diversos tipos de monedas por un monto total de 122 millones de dólares en todo el país.	13 seg.
Loc. 2. Al detalle, la PNP ha incautado desde el 2009 unos US\$76'242.000, 121 millones de soles, 7 millones 674 mil euros, 2 millones 100 mil reales brasileños y 144 mil bolivianos, entre otros montos de otras monedas extranjeras.	15 seg.
Loc. 1. El jefe de la División de Investigación de Estafas de la PNP, coronel Walter Escalante, comentó que las bandas de delincuentes que se dedican a la fabricación y distribución de billetes falsos cada vez utilizan un mejor material con una textura muy similar a los originales.	17 seg.
Loc. 2. "Están realizando una mejor impresión y acabados. Están imitando el hilo de seguridad, el	16 seg.

holograma y el número de serie, de tal manera que pueda pasar desapercibido en el momento que sea distribuido", señaló el coronel PNP en declaraciones a Andina.

Plano internacional		
	Loc. 1. En su visita a Cuba el papa Francisco instó este domingo a los cubanos a servir "a las personas" y no a las "ideas" e insistió en que la importancia de las naciones se mide en cómo atienden a las necesidades de los más desfavorecidos	14 seg.
ESPACIO PUBLICITARIO		12 seg.
	Entrevistas	9 min
	Breve resumen y cierre del bloque	1 min
Control	Canción	3 min.
Fondo musical - efemérides	Efemérides	10 seg.
Baja y se mantiene como fondo	Loc. 1: Un día como hoy en 1580, tras cinco años de cautiverio, Miguel de Cervantes es liberado de manos de los corsarios gracias al pago de los 500 escudos de oro que se exigían por su cabeza, y en 1935 muere en Lima el contralmirante Melitón Carvajal, héroe de la Guerra del Pacífico y partícipe del Combate	13 seg.

del 2 de mayo.

Fondo musical-	Bien por casa	10 seg.
Baja y se mantiene como fondo	Loc. 2. Bien, querido público, ahora compartiremos con ustedes algunos consejos para que su niño o niña sea más inteligente	11 seg.
	Los. 1. El ejercicio físico aumenta la memoria y el aprendizaje en un 30 %.	8 seg.
	Los. 2. También es importante que no pierda horas de sueño, ya que debe recuperar fuerzas.	9 seg.
	Los. 1. La alimentación es fundamental en el desarrollo de nuestros hijos. Si los niños comieran sano todo el tiempo, se notarían las diferencias en las calificaciones, sostienen algunas investigaciones.	12 seg.
	Los. 1. Debemos darles confianza a nuestros hijos. Es muy importante que el niño sienta y se crea que puede marcar la diferencia, así serán niños más felices y adultos exitosos.	15 seg.
	Loc. 2. Espero que estos consejos ayuden a mejorar el su rendimiento académico de sus hijos, ahora	15 seg.

vamos a hablar también acerca del acoso escolar tema que muchos de nuestro niños están pasando sus colegios, pero antes los dejaremos con una canción.

Control	Canción	3 min.
	<p>Loc. 1.El acoso escolar o también conocido como bullying, está creciendo cada vez más en las escuelas de nuestro país, incluyendo nuestro distrito. Es por eso que el día de hoy se hablará cosas importantes sobre esta problemática social, para que ustedes como padres o familiares, sepan orientar y ayudar a los suyos.</p>	21 seg.
	<p>Loc. 2. ¿Qué es eso del “bullying”? Es el acoso escolar y a toda forma de maltrato físico, verbal o psicológico que se produce entre escolares, de forma reiterada y a lo largo del tiempo. Los agresores hacen a sus víctimas lo siguiente: Ponerles sobrenombre y burlarse, los obligan a realizar conductas humillantes; obligan a darles el dinero y los amenazan.</p>	24 seg.
	<p>Loc. 3. ¿Quiénes pueden ser acosados de esta forma en la escuela?</p>	13 seg.

Los escolares con baja autoestima, pocas habilidades sociales. Se sienten indefensos y no ven salida.

Loc. 4. ¿Qué se puede hacer con el niño o niña que ha sufrido el bullying?	22 seg.
Escucharle, crearle, animarle, hacerle ver que no solo le pasa a él, apoyarle, entrenarle en habilidades sociales, hablar con los profesores, facilitarle otros amigos en otros ambientes, hablar con los padres del acosador.	
Avisos	
Loc. 1. Se comunica a todos los comerciantes que el día sábado 31 del presente mes se realizara la reunión mensual.	8 seg.
Loc. 2. Y ya despidiéndonos del programa les daremos un excelente tip de cocina.	6 seg.
Loc. 1. Cuando tenemos tomates que estén ya muy maduros, podemos congelarlos y utilizarlo para guisos y sudados, dan mucha más humedad y un toque dulzón.	16 seg.
Loc. 1. Bueno amigos hasta aquí nuestro programa de hoy, nos encontramos todos los días a la misma hora.	11 seg.

Cortina 1 : final del
programa

10 seg.

CAPITULO VI: CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES

6.1. Consideraciones finales

En las bases teóricas investigadas, la radio comunitaria se ha visto siempre vinculada a la búsqueda de una sociedad justa, teniendo como finalidad la solidaridad y equidad. El trabajo informativo en este tipo de radio, aporta a la construcción de la democracia e igualdad; logrando que toda la comunidad se sienta respetada al recibir información de calidad.

Gracias al focus group se logró concluir el gran interés que tienen los trabajadores del Mercado II El Inca, por tener un programa informativo en la radio comunitaria “Ideal”; si bien escuchaban la radio, ésta no les satisfacía por completo, debido a que su parrilla de programación no incluía un programa informativo donde se expongan los temas de interés de la comunidad, como casuísticas de salud, problemática social y tips de cocina.

Según los antecedentes citados, las fuentes bibliográficas y entrevistas a expertos en radiodifusión, un informativo transmitido por una radio comunitaria debe incluir la participación de los pobladores – en nuestro caso los trabajadores del Mercado II El Inca-; además de usar un lenguaje familiar y claro. Los efectos y música hacen que el receptor recree los hechos y se sienta partícipe de el; tal y como lo propone la presente investigación.

Es necesaria la producción de un informativo radiofónico para los trabajadores del Mercado II El Inca, porque este programa contribuirá a su formación cultural, educativa y social. Por eso, la propuesta presenta la producción de un guion técnico- literario, cuya estructura está construida en bloques. De esta manera, esta investigación puede servir de base para futuras producciones de un informativo radiofónico.

6.2. Recomendaciones

Se recomienda a los medios radiales mantener actualizada su programación, buscando conocer con amplitud las preferencias de su público objetivo.

Los dueños de las radios comunitarias, deben conseguir la legalidad de su frecuencia; pues solo existe una a nivel del Perú que es la radio Stereo Incahuasi.

Impulsar a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación a buscar información, referida al tema de programas informativos en las radios comunitarias, tomando como referencia esta investigación; y así lograr que estos conceptos sirvan de ayuda y apoyo para la sociedad y los lugares donde trabajan.

Se debe insertar en las experiencias curriculares de audiovisuales temas referidos a la radio comunitaria, así mismo averiguar cómo se estructura y cómo se trata la publicidad. Debido a que actualmente se enseña en un ámbito muy general todo lo que es radio; sin haber dividido qué tipos de radio.

Referencias

- Acho, C. (s/f). *Cadena de estaciones de radio informativas: Radio Capital y Radio Exitosa*. Obtenido de Cesar Acho Perú:
<http://cesarachoperu.blogspot.com/2013/09/cadena-de-estaciones-de-radio.html>
- Alarcón, L. (2012). *Periodismo, periodistas y medios en el Perú, una visión aproximada*. Obtenido de CESMUSS:
http://www.cesmuss.org/sistema/capa_presentacion/img/subida/investigacion/pdf/PERIODISMO,%20PERIODISTAS%20Y%20MEDIOS%20EN%20PERU%20-%202012.pdf
- ALC - AMARC. (s/f). *¿Qué es una Radio comunitaria?* Obtenido de América Latina y El Caribe: <http://alc.amarc.org/>
- AMARC - PERÚ. (s/f). *AMARC - PERÚ*. Obtenido de <https://amarcperu.wordpress.com/>
- AMARC. (2011). *La Radio después de la radio*. Buenos Aires: Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe (AMARC ALC). Recuperado el 04 de Marzo de 2015
- AMARC. (s/f). *Sobre AMARC*. Obtenido de AMARC:
<http://www.amarc.org/?q=es/node/45>
- Baca, C. (08 de agosto de 2012). *Radio comunitaria en México. Lucha y clasificación en el espacio mediático*. Obtenido de Razón y Palabra:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/16_Baca_M80.pdf
- Bravo, M. (2015). *Propuesta de un programa radial de eduentreñamiento para medir el grado de conocimientos que adquieren los estudiantes del 5to grado de secundaria del colegio nacional María de Lourdes de Pomalca.(Tesis pregrado)*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán .
- Bustamante, E. (13 de Diciembre de 2012). *La Historia de la Radio en el Perú*. Perú: Universidad de Lima.
- Cassano, G. (2011). *Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castillo, A. (6 de 12 de 2012). *Una comparación entre estaciones de radio informativas: Radio Capital y Radio Exitosa*. Obtenido de Castillo Bernal. Solo un blog con reseñas universitarias sobre temas de comunicación en el Perú:

<http://castillobernal.blogspot.com/2012/12/una-comparacion-entre-estaciones-de.html>

- Cebrián, H. (2001). *Infoemación Radiofónica. Meditación técnica, tratamiento y programación*. . España : Síntesis .
- Clauso, R. (2010). *Como se Construyen las Noticias*. Argentina: La Crujía.
- Cohen, D., & Pereyra, M. (2010). *Lenguajes de la radio*. Argentina: Brujas.
- CONCORTV. (2014). *Estadísticas de la radio y televisión en el Perú 2014*. Obtenido de Consejo Consultivo de Radio y Televisión:
<http://www.concortv.gob.pe/file/2014/investigaciones/2014-03-estadisticas-rtv-peru-concortv.pdf>
- CONCORTV. (s/f). *Titulares de Radio y TV*. Obtenido de Consejo Consultivo de Radio y Televisión: <http://www.concortv.gob.pe/especiales/30-ley-de-radio-y-television/126-emisora-de-radio-yo-canal-de-television.html>
- De Anda y Ramos, F. (2003). *La radio, el despertar del gigante*. Mexico : Trillas .
- Fajardo, O. (octubre de 2012). *Un diagnóstico de la radio rural en el Perú*. Obtenido de CONCORTV:
<http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/mediatica/2012-10-oscar-fajardo-diagnostico-radio-rural-peru.pdf>
- Faus Belau, Á. (2006). *Reinventar la radio* . Ecuador : Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI .
- Fernández, J. (2008). *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: LA CRUJÍA.
- Flores, M. (2006). *La influencia de las radios comunitarias: caso Radio Ayabaca*.(Tesis de pregrado). Piura: Universidad de Piura.
- Girard, B. (2011). *Radio Apasionados. Experiencias de radio comunitaria en el mundo*. Quito: Edición electrónica.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. España: Editorial UOC.
- González, S. (1999). *Géneros periodísticos 1. Periodismo de Opinión y Discruso*. . México: Trillas.
- González, I., & Chacón, V. (2007). *Propuesta radial comunitaria en PETARE: Programa de respaldo a los Programas de Inversión Social de la empresa Kraft Foods*

Venezuela en el barrio José Félix Ribas del Municipio Sucre. (Tesis de pregrado). Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Grupo RPP. ((s/f)). *Productos*. Obtenido de Grupo RPP:
http://www.gruporpp.com.pe/productos-detalle.php?id=oQ==&id_pro=pA==

Grupo RPP. (s/f). *Nosotros*. Obtenido de Grupo RPP:
<http://www.gruporpp.com.pe/nosotros.php?id=oQ==>

Guevara, C. (2008). *Propuesta de Programación para Radio Comunitaria Educativa en el distrito de Agallpampa – Otuzco - La Libertad.*(Tesis de pregrado). Trujillo: Universidad César Vallejo.

Hausman, C., Benoit, P., & O'Donnell, L. (2001). *Producción en la Radio Moderna*. México: Thomson Learning.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hilliard, R. (2000). *Guionismo*. México: International Thomson Editores.

Icart, T., Fuentelsaz, C., & Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona : Ediciones Universidad de Barcelona.

INEI. (2015). *Población y Vivienda*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática: <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

Krohling, P., Tufte, C., & Vega, T. (2011). *Trazos de otra comunicación en América Latina: prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales*. Colombia: Universidad del Norte.

Ley de Radio y Televisión, N° 28278 . (s.f.).

Linares, M. j. (1998). *El Guion*. México : Pearson Educación.

Liñán, Á. E. (2006). *Géneros periodísticos* . México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

López, V. J. (1997). *Manual urgente para Radialistas Apasionados*. Quito: S/E.

Luengo, J. (2010). *Comó elaborar informativos en radio*. España: Comunicación Social.

Luz, M. (2009). *La construccion de la noticia*. Argentina: El Cid Editor | Apuntes.

- Mata, M. C., & Scarafía, S. (1993). *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito : ALER.
- Merayo, A. (2007). *La radio en Iberoamérica*. Sevilla - Zamora: Comunicación Social - Ediciones y publicaciones.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2012). *La prensa, un recurso para el aula*. Obtenido de Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado:
http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/pdf/M1/M1.3.Analisis_generos_periodisticos_30_08_2012.pdf
- Moreno, P. (2006). *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. España: Red Ámbitos.
- MTC - Perú. (s.f.). *Ley de radio y televisión*. Obtenido de Ministerio de Transportes y Comunicaciones:
http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/control/normaslegales/basica/detelecomuni/Ley_de_Radio_y_Television.pdf
- Municipalidad Distrital de la Victoria. (s/f). *La Victoria - Historia*. Obtenido de Municipalidad Distrital de la Victoria:
<http://www.munilavictoriach.gob.pe/web/distrito.php?opc=27>
- Nevado, E. (22 de Septiembre de 2012). *Grupo RPP - Más de su historia*. Obtenido de Grupo RPP: <https://prezi.com/pw-asw0gtvby/gruporpp-mas-de-su-historia/>
- Noticias, R. (20 de Abril de 2015). *www.rppnoticias.com.pe*. Obtenido de http://www.rpp.com.pe/2015-04-20-chiclayo-un-total-de-82-denuncias-pesan-sobre-exalcalde-willy-serrato-noticia_789437.html
- Ortiz, M. a., & Volpini, F. (2002). *Diseño de programas en radio*. España: Paidós.
- Pablos, D. (2008). *Teorías de la información y la comunicación al servicio del ciudadano*. Heredero .
- Peppino, A. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: origen, evolución y perspectivas*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Perla, A. (2006). *Legislación de las comunicaciones*. Perú: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Pousa, X., & Yaguana, H. (2013). *La radio un medio de evolución*. Salamanca: Comunicación Social.

- Pousa, X., & Yaguana, H. (2013). *La radio un medio de evolución*. Salamanca: Comunicacion Social.
- Pujols, M. (2011). *Propuesta de un Programa de Radio Especializado en Temas de Envejecimiento y Calidad de vida en Santo Domingo, 2011. (Tesis de pregrado)*. República Dominicana: Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra.
- Quintana, R. (2006). *El lenguaje de la radio y sus posibilidades educativas*. España: Red Comunicar.
- Radio Exitosa. (s/f). Obtenido de Radio Exitosa: <http://www.radioexitosa.pe/>
- Ramos, V. (2015). La radio comunitaria frente a los grupos de poder. *Razón y Palabra*, 1.
- Rivas, N. (2011). *Informativo radial como medio de inclusión social del agricultor peruano: estudio de la propuesta informativa del programa radial tierra fecunda, producido por CEPES. (Tesis de pregrado)*. Lima.
- Rodero, E. (2005). *Producción Radifónica*. Madrid: Cátedra.
- Rodríguez, C. (2012). *Lo comunitario en la radio comunitaria: análisis crítico del discurso en el lenguaje informativo utilizado por emisoras comunitarias. (Tesis de pregrado)*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Sabrera, S. (2002). *Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana. (Tesis de pregrado)*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Sánchez, J. (2008). *El programa radial Surco Norteño y su rol y su rol como radio comunitaria Pitipo - Lambayeque. (Tesis de pregrado)*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Sánchez, L. (2013). *Propuesta de un boletín informativo radiofónico, en la programación de una emisora de cobertura regional en Lambayeque. Año 2011. (Tesis de pregrado)*. Lambayeque, Lambayeque, Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Soengas, X. (2003). *Informativos Radiofónicos*. Madrid: Cátedra.
- Ulloque, P. (2010). *Radio comunitaria: una posibilidad de desarrollo social para los comerciantes del Mercado II "El Inca" del Distrito de la Victoria. (Informe técnico)*. Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Velásquez, C., Gutiérrez, L., Salcedo, A., Torres, J., & Valderrama, J. (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de La Sabana.

Venezuela, D. (2012). *Lenguaje radiofónico y televisivo*. Argentina: El Cid Editorial.

Villamayor, C., & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*.
Obtenido de Viva La Radio: http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_manualdegestion_mod4.pdf

Vivaldi, M. (1998). *Géneros periodísticos*. España: Paraninfo.

Yanes, M. R. (2006). *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*. España: Red Ámbitos.

ANEXOS

ANEXO 1

Focus Group

1. Objetivo del focus group

Describir los gustos, preferencias y necesidades de nuestra población segmentada en cuanto a información.

2. Identificación de los moderadores

Nombres de los moderadores: Mayra Sernaque Gaona y Edevair Vásquez Reyes.

Presentación de los participantes: nombre, edad, tiempo que llevan laborando en el mercado.

3. Participantes:

Total: 8

4. Preguntas:

1. ¿Suelen escuchar radio mientras trabajan? ¿Por qué?
2. ¿Qué tipo de programas escucha? ¿Por qué?
3. ¿Cuántas horas escuchan radio?
4. ¿Le gustaría participar en algún programa de radio?
5. ¿les gustaría que se transmitiera un programa netamente informativo en la radio del mercado?
6. ¿A qué hora quieren que se transmita el programa informativo?
7. ¿Qué nombre desearían que llevara el programa informativo?
8. ¿A quién te gustaría escuchar narrar las noticias? ¿Por qué?

Anexo 2:

Guía de entrevista a expertos

Objetivo: Identificar los elementos que intervienen en el proceso de información radial y considerarlo en nuestra propuesta.

Entrevistador:

Entrevistado:

Lugar de trabajo:

Cargo:

Cuánto tiempo viene trabajando en radio:

Preguntas

1. ¿Para usted, qué es la radio comunitaria?
2. ¿Qué características específicas debería cumplir un informativo para una radio comunitaria?
3. ¿Qué lenguaje se debe usar para un informativo radial?
4. Nosotros tenemos como público objetivo a trabajadores del Mercado II El Inca. ¿Sería necesario incluir noticias nacionales e internacionales? ¿Por qué?
5. ¿Debemos dar información política en una radio comunitaria?
6. ¿Cuánto tiempo debe durar un informativo?
7. ¿Cómo se maneja la publicidad en una radio comunitaria?
8. ¿Qué tanta relevancia tiene la música y efectos de sonido en un informativo?
9. ¿Qué horario sería el indicado para transmitir un informativo?
10. ¿El vox populi se podría insertar en el espacio en el que estamos trabajando?
11. ¿Qué parámetros se debe seguir para realizar un programa de calidad?

12. ¿Qué recomendación nos podría dar para que el programa informativo sea dinámico?

Anexo 3:

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, la experta en Radiodifusión, Rosario Coronado Sánchez, deja constancia de haber revisado los ítems de la guía de entrevista y la guía de pautas de focus group que los investigadores Mayra Sernaque Gaona y Edevair Vásquez Reyes, usaron para su trabajo de tesis "PROPUESTA DE PROGRAMA INFORMATIVO PARA LA RADIO COMUNITARIA "IDEAL" DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL MERCADO II EL INCA DEL DISTRITO DE LA VICTORIA EN EL AÑO 2015"

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de radiodifusión con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, Rosario Coronado Sánchez, garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

14 de julio de 2015



Rosario Coronado
Corresponsal de RPP en Lambayeque

Anexo 4:

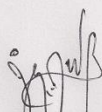
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el experto en Radiodifusión, Juan César Cabrejos Becerra, deja constancia de haber revisado los ítems de la guía de entrevista y la guía de pautas de focus group que los investigadores Mayra Sernaque Gaona y Edevalir Vásquez Reyes, usaron para su trabajo de tesis "PROPUESTA DE PROGRAMA INFORMATIVO PARA LA RADIO COMUNITARIA "IDEAL" DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL MERCADO II EL INCA DEL DISTRITO DE LA VICTORIA EN EL AÑO 2015"

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, Juan César Cabrejos Becerra, garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

14 de julio de 2015



Juan César Cabrejos Becerra
Periodista/Productor de la Rotativa Regional de Radio Programas del Perú-
Lambayeque

DNI 7547513

ANEXO 5:

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, Iván Morales Chávarry, deja constancia de haber revisado los items de la guía de entrevista y la guía de pautas de focus group que los investigadores Mayra Sernaque Gaona y Edevalir Vásquez Reyes, usaron para su trabajo de tesis "PROPUESTA DE PROGRAMA INFORMATIVO PARA LA RADIO COMUNITARIA "IDEAL" DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL MERCADO II EL INCA DEL DISTRITO DE LA VICTORIA EN EL AÑO 2015"

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, Gioconda garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

14 de julio de 2015



IVÁN MORALES CHÁVARRY
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
C.O.S.P.E. N° 311

Lic. Iván Morales Chávarry
Jefe del centro de opinión pública - USS
Asesor en investigación y estadística