



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:  
PLAN TÉCNICO, PARA LA PRODUCCIÓN DEL INFORMATIVO RADIAL "DINÁMICA  
AL DÍA" DE LA ESTACIÓN DINÁMICA MACHALA

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:  
LOJA VERA SEGUNDO BALERIO

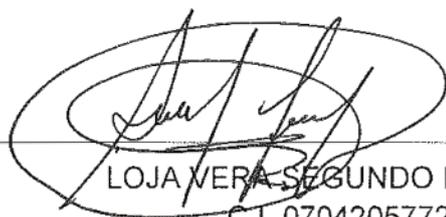
MACHALA - EL ORO

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, LOJA VERA SEGUNDO BALERIO, con C.I. 0704205772, estudiante de la carrera de COMUNICACIÓN SOCIAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autor del siguiente trabajo de titulación PLAN TÉCNICO, PARA LA PRODUCCIÓN DEL INFORMATIVO RADIAL "DINÁMICA AL DÍA" DE LA ESTACIÓN DINÁMICA MACHALA

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
  
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
  - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
  
  - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 29 de octubre de 2015



LOJA VERA SEGUNDO BALERIO  
C.I. 0704205772

## **CASO DE INVESTIGACIÓN:**

Dentro de una empresa radial, no existe criterio técnico para la creación de un noticiero, en base a ello: ¿Qué tipo de acción de orden técnico se debe efectuar, para que este nuevo espacio informativo sea más eficiente y profesional en sus emisiones diarias?

### **1. INTRODUCCIÓN**

La radio, es un medio de comunicación que ha mantenido informada a la colectividad de los hechos noticiosos, tanto en el ámbito local, nacional e internacional. La falta de criterio técnico en cuanto a la elaboración de espacios informativos, ha hecho de que éstos se vuelvan cansinos y poco escuchados por el público.

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo dar a conocer las debilidades técnicas que presentan las emisoras FIESTA 1060 AM y Nacional El Oro 1330 AM, en cuanto a la producción de informativos eficientes y profesionales.

En este sentido, los informativos radiofónicos que se transmiten en radio Fiesta y Nacional El Oro de la ciudad de Machala, según lo análisis, no reúnen los requisitos básicos para brindar contenidos y espacios de calidad a sus oyentes; pues, en su mayoría se limitan a la lectura de los diarios locales y nacionales, sin tan siquiera tomarse la molestia de citar la fuente; o peor aún, no dedican el tiempo necesario a transcribir el lenguaje escrito (de prensa) al lenguaje oral (que debe utilizarse en radio).

Por tal motivo, el comparar estos dos espacios informativos, permitió brindar una propuesta de orden técnico para la implementación de un nuevo espacio de noticias de carácter profesional.

### **Metodología de la investigación**

La metodología que se empleó en la presente investigación fue in situ, ya que permitió evidenciar el campo de acción de dos emisoras de Amplitud Modulada (AM) RADIO FIESTA 1060 Kz Y RADIO NACIONAL EL ORO 1330 Kz, las cuales cuentan con espacios informativos en sus parrillas de programación.

Además se reforzó la indagación con metodología bibliográfica con el fin de despejar ciertas dudas y complementar la parte teórica, también se utilizó la técnica de la entrevista con profesionales y empíricos de la comunicación radiofónica. En este caso se entrevistó al Periodista Luis Antonio Ramírez de “Radio Noticias” de la estación Radio Nacional El Oro 1330 AM, Licenciado en Comunicación Social Miguel Lituma, del departamento de relaciones públicas del Concejo Nacional Electoral, Distrito Machala y al Profesor de Educación Media Julio Bermeo Pirazán, reportero de Radio Génesis 107.5 de la ciudad de Huaquillas, Provincia de El Oro.

### **2. DESARROLLO**

#### **La radio.**

La Radio, según Kaplun (1999), “se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes” (p. 155).

## **La noticia en la radio**

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas. Por tanto, el periodismo de radio exige que la información sea difundida de manera clara y concisa. (Radio Rubia, 2011).

(Recuperado de: [http://radiatorubia.blogspot.com/2011\\_06\\_01\\_archive.html](http://radiatorubia.blogspot.com/2011_06_01_archive.html))

## **Estructura del informativo radiofónico**

Como producto radiofónico que es, todo espacio informativo debe contar con un nombre propio para que se identifique del resto. Luego el tiempo disponible, su duración habitual en la parrilla y su hora de emisión. La estructura cuenta de los siguientes elementos: Saludo, Entrada (presentación), Titulares y Desarrollo de las noticias seleccionadas. (Luengo, 2007, pág. 38)

## **Redacción para informativo radiofónico**

La redacción para la radio es diferente a la de los medios impresos, así lo manifiesta Walter O. Alves autor de La Cocina Electrónica.

Escribir bien es un requisito obligatorio para hacer un informativo de radio. Consiste en pasar al papel la misma naturalidad con que dialogamos con nuestra familia, con nuestros amigos. Implica recurrir a los modismos y expresiones consagradas por la calles. Eso se logra escuchando la voz del pueblo. (Alves, 1994, pág. 59)

Jiménez (2008), dice; “hemos de fijarnos en el número de informaciones (cuantas más se introduzcan mejor) y en la brevedad de las mismas, en un uso correcto, no excesivo, de la palabra por parte del editor” (pág.108). Refiere Jiménez que esto se debe tomar muy en cuenta al momento de redactar la noticia para radio, es decir: mientras más explícita y concreta sea la nota, será mejor comprendida por el oyente.

Según el análisis que hace Perona (2009), asegura que “Si se habla de escritura para el oído, no cabe duda que la claridad y la simplicidad en la exposición de las ideas deben ser los pilares básicos sobre los que se sustente cualquier redacción radiofónica” (pág. 373).

La claridad y la sencillez aseguran la comprensión del mensaje, al tiempo que agilizan su posterior transcripción oral (locución) De ahí que se debe considerar seriamente el promedio de instrucción educativa de los oyentes, a quienes se los puede considerar ávidos de información, pero con la limitante del tiempo y su cultura.

## **Horarios de alta audiencia para informativos radiofónicos**

El horario más frecuente en la mayoría países latinoamericanos es en el AMANECER (4:00 a 8:00). Alta audiencia de la radio. Predominan los informativos destinados a públicos adultos. En zonas rurales, revistas para madrugadores. (Vigil, 2005, pág. 287).

## **Elementos que conforman un informativo de radio**

### **Los efectos sonoros**

Los efectos son elementos del lenguaje radiofónico que otorgan verosimilitud al mensaje y que construyen en el oyente una sensación de realidad; su potencialidad expresiva está ligada al hecho de que sirven para que la audiencia imagine. Por eso decimos que los efectos son algo más que un sonido. (Jiménez & Roderó, 2005.pág. 94)

### **El Guión**

El Guión es una pauta que permite organizar los contenidos de un programa de radio. Mientras que en el libreto todo está escrito, señalado y bien definido. (Radio Periodismo, 2011).  
(Recuperado de: <http://elartedehacerradio.blogspot.com/2011/02/cuando-es-guion-cuando-libreto.html>).

## **Equipo de trabajo en los espacios informativos radiofónicos**

- Conductor, Guionista, Técnico de Mantenimiento.
- Reportero, Bibliotecario, Editorialista.

Con el cumplimiento de las responsabilidades en las funciones de cada uno de estos protagonistas en un programa radial, más aun en un programa informativo radiofónico, la calidad mejorará notablemente. Lo anterior implica la conformación de un verdadero equipo profesional que se reúna, al menos una hora antes del inicio del programa, para intercambiar opinión, elaborar el guión y su correcta aplicación dentro del espacio disponible. (Alves, 1994).

Los espacios informativos radiofónicos deben contar con su propio personal y que cada espacio cuente con su propio equipo de trabajo, esto para marcar notoriedad y diferenciar cada segmento (Gutiérrez & Huertas 2004).

Ante esto, la LOC, (2013), en su Art.42 párrafo segundo establece que:

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que

tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. (LOC, 2013).

### **La naturalidad en el espacio informativo**

En la radio y más aún en el espacio informativo, la naturalidad es importante para llegar al público para el cual se está trabajando, de esta manera Jiménez & Roderó (2005), recomiendan que; “los locutores también tendrían que actuar con total naturalidad para garantizar una mayor expresividad a sus mensajes” (pág. 90).

### **El flujo de las informaciones en el informativo radiofónico**

Conforme a Peña & Arasa (2012), “El flujo debe ser coherente en su distribución, acomodando cada uno de los contenidos al horario más adecuado para el segmento de público al que se dirigen” (pág. 213). Pues, el conductor profesional de un programa noticioso radial debe tener muy en cuenta el tiempo y el espacio del que disponen, tanto él como su público oyente.

De acuerdo a Vigil (2005) “Lo colectivo se refiere, primeramente, a la cantidad de afectados por un hecho. Una ley que regule las Aduanas del país beneficia a los ciudadanos y perjudica a los contrabandistas. Para bien o para mal, todos quedan afectados por esta disposición” (pág. 114). Esto corrobora la importancia del programa noticioso radial en la región o localidad; pues, su público está ávido de saber qué acontece en su entorno, para estar prevenido, en el caso de que alguna información tenga que ver con la actividad en que se desenvuelve el oyente

## **3. RESULTADOS Y CONCLUSIONES**

### **PUNTO DE VISTA DE EXPERTOS DE INFORMATIVOS DE RADIO**

Como resultado de la metodología empleada para recabar información que avale la postura planteada en el presente trabajo, se realizó las entrevistas a concedores de espacios informativos radiales de la ciudad de Machala y Huaquillas, tanto periodistas profesionales y empíricos con vasta experiencia y trayectoria en los medios de comunicación de la Provincia de El Oro.

Los comunicadores seleccionados para estas entrevistas fueron escogidos minuciosamente, teniendo en cuenta su credibilidad, prestigio y buen nombre; además de la trayectoria en el mundo de la radio.

Los escogidos fueron los siguientes:

Comunicadores profesionales:

- Licenciado Miguel Lituma, técnico en comunicación del departamento de relaciones públicas del CNE distrito Machala.

- Periodista Luis Antonio Ramírez, radiodifusor y director del noticiario “Radio Noticias” de radio Nacional El Oro 1330 AM Kz de la ciudad de Machala.

Comunicador empírico:

- Profesor Julio Bermeo Pirazán, director de las transmisiones deportivas y reportero del espacio informativo “A viva voz” de radio Génesis 107.5 FM de Huaquillas.

Las preguntas a estos comunicadores fueron las siguientes:

- Según su punto de vista, ¿cómo se deben manejar los informativos radiofónicos en la localidad?

En cuanto a esta interrogante, todos los entrevistados coincidieron en que se deben manejar de una forma técnica y profesional, con informaciones propias del medio de comunicación y del contexto donde se desarrolla el medio, es decir dedicando más tiempo a las informaciones de los barrios y comunidades donde normalmente los medios impresos nunca han llegado.

- ¿Qué opina usted sobre la utilización de spots, cortinas y fondos musicales en los espacios informativos radiofónicos?

Julio Bermeo y Luis Antonio Ramírez, por ejemplo, en lo que respecta a spots, cortinas y fondos musicales en los espacios informativos radiofónicos, sostienen que son un recurso muy necesario en el mundo de la radio, según ellos, el fondo musical en segundo plano sirve para que el oyente no se canse y a la vez darle más elegancia a la información, también mencionaron que los spots de identificación de cada espacio sirven para que el radioescucha esté atento a las notas de su interés. Para Miguel Lituma, estos recursos sonoros les dan un aire profesionalismo a las estaciones de radio, y a la vez sostiene que, las radios colombianas y mexicanas siempre han hecho uso de los fondos musicales para llamar la atención de la audiencia.

- ¿Considera usted que se deba utilizar las noticias de los periódicos para los informativos radiofónicos?

En cuanto a la utilización de los periódicos como fuente de información, los consultados coinciden que es anti ético emitir una nota que lo les pertenece y si lo hacen que por lo menos citen la fuente y se abstengan de hacer comentarios de las mismas.

- A criterio personal, ¿qué opina usted sobre implementación de un plan técnico, para la producción del informativo "Dinámica al Día" de la estación Radio Dinámica Machala?

Una de las observaciones preliminares según un análisis profundo a los entrevistados, arroja que todos coinciden que un plan técnico, para la producción de

un informativo es muy necesario para quienes van a estar al frente de un nuevo espacio noticioso. Cabe mencionar que algunos se mostraban muy complacidos por esta iniciativa, ya que según ellos, no existe un orden lógico en los segmentos que se presentan algunas estaciones de radio, así mismo, quienes están en los noticieros de radio desconocen el tiempo y como se debe redactar las noticias para la radio.

### **Análisis comparativo de la investigación in situ en las radios Fiesta y Nacional el Oro de Machala**

Con la investigación in situ, se llegó a la conclusión de que los informativos matutinos de las dos radios Fiesta 1060 AM y Nacional El Oro 1330 AM (Amplitud Modulada) cuentan con tres informativos diarios, los mismos que se emiten de lunes a viernes, en los horarios de la mañana, medio día y noche.

A los informativos matutinos que se los analizó, le dedican en promedio 3 horas, los mismos que empiezan desde las 05H30 hasta las 09H00, además quienes están al frente de esos espacios se dedican a la lectura de los periódicos tanto locales como nacionales, así también a una que otra nota de audio grabada, sin editar y con duración aproximada de 5 a 6 minutos.

Se logró evidenciar que en los dos espacios informativos matutinos, de las radios visitadas no cuentan con una estructura básica de segmentación, es decir no dedican un tiempo específico para las noticias locales, nacionales, internacionales y deportes. También cabe mencionar que además de emitir la información de los periódicos, opinan de la nota emitida. Del mismo modo no se toma en cuenta a las informaciones de interés general, solo lo que beneficia al medio o al locutor de turno.

Los dos espacios informativos radiofónicos observados, no cuentan con spots, jingles, o música de fondo para inicio, salida o la identificación de cada espacio del informativo, a lo mucho que se acercan es a una marcha al inicio de programa.

Quienes trabajan en estos espacios informativos tanto en el área técnica y periodística son empíricos, pero con conocimiento básico en radio.

Tanto en radio Fiesta y Nacional El Oro no se respeta la igualdad de género, quienes están al frente de los micrófonos en su totalidad son personal masculino.

Con este análisis comparativo entre las radios Fiesta y Nacional El Oro se evidenció que existen muchas falencias de orden técnico – humano y para la conformación de un nuevo espacio informativo en la ciudad de Machala, se tiene que evitar las falencias encontrados en las radios investigadas.

## **PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN INFORMATIVO RADIAL**

### **Nombre de la Propuesta**

Plan técnico, para la producción del informativo "Dinámica al Día" de la estación Radio Dinámica Machala

### **Objetivo**

- Implementar un noticiero (informativo) en radio Dinámica Machala, mediante la ejecución de un plan técnico de producción de noticias-contenidos, logrando que sus emisiones sean eficientes y profesionales.

**Tipo de programa:** Noticiero (Informativo)

**Nombre del programa:** Dinámica al Día

**Público objetivo:** Adulto (30 a 55 años)

**Horario de transmisión de “Dinámica al Día”:** lunes a viernes de 06H30–07H15.

**Duración:** 45 minutos.

### **Contenido:**

- Noticias
- Deportes
- Entrevistas
- Enlaces directos desde exteriores

### **Protagonistas en “Dinámica al Día”**

El espacio contará con la colaboración de 5 protagonistas, conformado por dos hombres y tres mujeres profesionales en comunicación social.

- Uno de los profesionales (varón) será el reportero, quien informará desde las comunidades (exteriores del estudio) con una unidad móvil.
- Uno de los profesionales (mujer) será la voz principal y editora del “Noticiero Libre” de radio Romántica 1130 AM.
- Uno de los profesionales (varón) será las voz de apoyo del informativo
- Uno de los profesionales (mujer) será la voz encargada del espacio “Románticamente Deportiva”.
- Y un profesional técnico en sonidos (mujer) que se encargará del manejo de la consola, micrófonos, enlaces, computadores, teléfonos y toda la sala de sonorización.
- El sueldo de los profesionales será conforme a lo dispuesto por la ley.

No se descarta la contratación de más profesionales, en el caso de la ampliación del informativo.

### **Estrategias para efectivizar el espacio informativo “Dinámica al Día”**

- El informativo se transmitirá, de lunes a viernes de 06H30 – 07H15 am.
- El tiempo máximo de las notas informativas, será de 1 minuto y 30 segundos.

- Se evitará la lectura de los periódicos, pero se los tomará en cuenta como fuente de información en casos especiales.
- Las noticias se redactarán para el lenguaje coloquial, teniendo en cuenta el uso y aplicación del guion técnico radial.
- Las noticias a ser transmitidas, deberán ser de interés general tomando en cuenta el contexto donde se desarrolla el medio.
- Se identificará a espacio informativo, mediante menciones y colillas que contengan el nombre de este espacio radial “Dinámica al Día”. Junto con ello, se informará a los oyentes la hora, al finalizar cada nota informativa.
- Se editará los audios de las entrevistas, y se difundirá lo más importante de la misma, sin quitarle el sentido de la información.
- Se designará a personal calificado, para cada uno de los segmentos del informativo.
- El personal de cabina se reunirá media hora antes con la editora para socializar los temas del día.
- Los spots, cortinillas, ráfagas y fondos musicales, serán corporativos, es decir que fueron creados exclusivamente para este programa, sus segmentos y la radio.
- Cada bloque tendrá una duración aproximada de 15 minutos.
- Las entrevistas en el estudio de la radio, se coordinarán con el director dos días antes de su difusión. En el caso de las entrevistas de última hora, al ser estas de interés general, se les brindará el espacio y cobertura correspondiente.
- La interacción entre presentador y su público, será amigable, manteniendo en todo el momento el respeto y cordialidad.
- La unidad móvil interactuará, desde los barrios de la ciudad no más de 4 minutos por sector.

### **El espacio de los titulares en “Dinámica al Día”**

- Se leerá 6 titulares de las noticias más relevantes, al comienzo del informativo.
- Durará un minuto aproximado.
- La lectura de los titulares será a dos voces (un varón y una mujer), una voz principal y una de apoyo.
- De fondo, sonará una melodía corporativa en segundo plano.
- El estilo deberá ser persuasivo. Por esta razón, los titulares deberán estar redactados, de manera atractiva ofreciendo en esencia una parte de cada información, pero sin desgastarla.

### **El espacio del desarrollo de las noticias en “Dinámica al Día”**

- Se leerá a dos voces cada nota (párrafo por párrafo).
- Se empleará el tono de voz serio y sutil, que convenza al oyente.
- El estilo de lectura será normal ni tan lento ni tan pausado, así como hablamos con nuestros amigos.

### **El espacio de la publicidad en el informativo “Dinámica al Día”**

- Se colocará 6 cuñas por cada bloque.

- Cada cuña tendrá una duración de 30 segundos.
- El tiempo total del espacio publicitario será de 3 minutos.

### El espacio de los sonidos corporativos en el informativo “Dinámica al Día”

- El jingle de presentación del informativo no durará más allá de 45 segundos con su respectiva coletilla.
- El fondo musical corporativo debe sonar todo el tiempo en segundo plano: en el desarrollo de las noticias y entrevistas.
- El fondo musical corporativo del espacio deportivo será diferente al del noticiero.
- Los jingles de entrada de pausa comercial identificarán al espacio “Dinámica al Día”, el mismo tendrá una duración de 20 segundos.
- Los spots de cada espacio tendrán una duración de 20 segundos
- El jingle de salida del informativo, identificará al espacio e invitará a la próxima emisión, su tiempo duración será de 25 segundos.

### Estrategias para mantener a la audiencia sintonizada con el programa “Dinámica al Día”

- Mediante spot publicitario constante y emitido por medio de la misma radio.
- Con los medios impresos se suscribirá un canje publicitario, para anunciar la programación en los diarios locales.
- Se difundirá por medio de las redes sociales las notas relevantes e invitadas (os) al informativo.

Con esa estrategia comunicacional se busca posicionar el programa noticioso radial, entre el público oyente.

### Secciones de programas en “Dinámica al Día”

El programa se dividirá en 3 secciones o bloques, que estarán estructurados de la siguiente manera.

Formato: Noticiero / por bloques					
Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
PRIMER BLOQUE “DINÁMICA AL DÍA” 06H30 A 06H45					
06:30	Presentación grabada de la “Dinámica al Día”				
06:30.45”	Saludo de los presentadores ( todos con alguna novedad)				
06:32	6 Titulares / de las informaciones más relevante del día/ con fondo en segundo plano				
06:33.05”	Desarrollo de las informaciones (a dos voces cada nota)	2	Locales	(1 min 30 )	
		2	Provinciales	“ “	
		1	Nacionales	“ “	

<b>06:40.40''</b>	Spot presentación de la unidad móvil desde los barrios
<b>06:41</b>	Al aire con la unidad móvil de los barrios
<b>06:45</b>	Espacio publicitario
Publicidad: empresas, instituciones y comercios auspiciantes del programa. / 3min	

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<b>SEGUNDO BLOQUE INFORMATIVO “DINÁMICA AL DÍA” / 06:48 A 07:00</b>					
<b>06:48,15''</b>	Jingle de entrada al programa “Dinámica al Día”				
<b>06:48'.35''</b>	Desarrollo de las informaciones	<b>1</b>	Locales	(1 min 30 )	
		<b>1</b>	Nacionales	“ “	
		<b>1</b>	Notas grabadas / audio	“ “	
<b>06:53'.35''</b>	Spot “el personaje de hoy en Dinámica al Día” (entrevista)				
<b>06:53'.55''</b>	Desarrollo de la entrevista “el personaje de hoy”				
<b>07:00</b>	Espacio publicitario				
Publicidad: empresas, instituciones y comercios auspiciantes del programa / 3min					

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<b>TERCER BLOQUE “DINÁMICA AL DÍA” / 07:03 A 07:15</b>					
<b>07:03.15''</b>	Jingle de entrada al programa “Dinámica al Día”				
<b>07:03.35''</b>	Desarrollo de las informaciones	<b>1</b>	Local	(1 min 30 )	
		<b>1</b>	Cantonal	“ “	
		<b>1</b>	Resumen Internacional	“ “	
<b>07:08'.05''</b>	Spot deportes en “Dinámica al Día”				
<b>07:08' 25''</b>	Desarrollo de noticias deportivas en orden de importancia para los oyentes.				
<b>07:14</b>	Despedida de los presentadores / Spot Cierre de programa				

Fuente: Elaborado por el autor.

#### 4. CONCLUSIONES

Para mejorar la calidad de los informativos radiales, es importante que se cumplan las diversas normativas técnicas que cumplan con los requerimientos del oyente.

Es necesario indicar que la propuesta planteada puede ser modificada según el requerimiento de cada estación radial, pues se debe acoplar a las necesidades de las mismas.

Por lo tanto concluyo indicando que la importancia de un noticiero radial recae no en lo que el reportero o presentador quiera presentar sino realmente lo que el oyente desea informarse y para ello debe contar con un noticiero bien estructurado con profesionales que cumplan con su trabajo de manera eficiente.

## Referencias

- Alves, W. (1994). *La cocina electrónica*. Quito: Quipus.
- Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Editora Nacional. Obtenido de Arcotel.
- Gutiérrez, M., & Huertas, A. (2004). España programación radial para todo público. *Chasqui*, 53-57.
- Jiménez, S. (2008). EL USO DE LA PALABRA EN LOS INFORMATIVOS RADIOFÓNICOS. *ÁMBITOS*, 107-117.
- Jiménez, S., & Rodero, E. (2005). La expresividad en los informativos radiofónicos. *Comunicación y Sociedad*, 83-107.
- Kaplun, M. (1999). *Producción de programas de radio*. Quito: Quipus.
- Luengo, J. T. (2007). *Cómo elaborar informativos en radio*. Barcelona: Comunicación Social.
- Peña, P., & Arasa, D. (2012). RADIO VATICANA, "LA VOZ DEL PAPA EN EL MUNDO", EN SU 80 ANIVERSARIO. *REVISTA DE COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES*, 206-227.
- Perona, J. (2009). Información radiofónica y libros de estilo: análisis y propuestas de unos textos que claman renovación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 367-384.
- Radio Periodismo. (18 de Febrero de 2011). *Radio Periodismo*. Obtenido de Radio Periodismo: <http://elartedehacerradio.blogspot.com/2011/02/cuando-es-guion-cuando-libreto.html>
- Radio Rubia. (01 de junio de 2011). <http://radiatorubia.blogspot.com>. Obtenido de <http://radiatorubia.blogspot.com>: [http://radiatorubia.blogspot.com/2011\\_06\\_01\\_archive.html](http://radiatorubia.blogspot.com/2011_06_01_archive.html)
- Ribas, C. (2002). El Periodismo científico y su relación con el proceso de producción de las noticias en los medios de comunicación de masas. *Mediatika*, 499-522.
- Vigil, J. I. (2005). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito: Inti Barrientos.

