

ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN Y LAS FUNCIONES DE LA EMISORA RADIO PROGRAMAS DEL PERÚ

Fermín Gómez Pineda, Licenciado en Relaciones Públicas e Industriales, por la Universidad Católica "Santa María" Arequipa, estudios de Maestría en Periodismo. Universidad San Martín de Porres. Lima. Estudios de la Lengua Francesa. Institut Catholique de Paris. Paris Francia. Docente en Teorías de la Comunicación, Relaciones Públicas y Comunicación para el Desarrollo y Periodismo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Altiplano.

Fermín Gómez Pineda
Mauro Octavio Tapia Cruz

Mauro Octavio Tapia Cruz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Nacional del Altiplano Puno-Perú, Maestro en Relaciones Públicas por la Universidad Alas Peruanas, estudios concluidos de maestría en la Universidad San Martín de Porres de Lima -Perú, Doctorando en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional del Altiplano. Docente en el Área de Periodismo, Medios audiovisuales y Relaciones Públicas de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Altiplano. E-mail: tapiamauro@hotmail.com

Recibido el 2/agosto/2010
Aprobado el 24/setiembre/2010

RESUMEN

Este trabajo busca determinar cómo se organiza la estructura de la programación a partir de su oferta comunicativa, perfil de la emisora y público meta de la emisora Radio Programas del Perú (R.P.P.), identificando los tiempos, empleo de géneros, formatos, para identificar las funciones que cumple la mencionada radio. Además se establece que la estructura de la programación de Radio Programas del Perú, es un texto polifónico, donde se combinan géneros y formatos diversos, a pesar de su tipología y perfil, al presentarse como una emisora eminentemente informativa, se encuentra las funciones: educativa, entretenimiento, tematización, servicios público, celebraciones y espectáculos (está presente lo que se denomina infoentretenimiento), publicitarios, evidentemente a la función persuasiva se le asigna un rol importante, dado que es a través de la publicidad que se financia la emisora, asimismo se determinan los tiempos que se destinan a estas funciones. Se estableció el corpus de la investigación, grabándose la programación de esos días. El método usado fue el descriptivo analítico, con la aplicación de las fichas audiográficas. Se identificó la estructura programática, se estableció las funciones y el espacio y los tiempos asignados por la emisora.

Palabras clave: Radio, estructura programática, funciones, información, educación, persuasión, entretenimiento.

Abstract

This work tries to determine how program structure is determined from the view of the communicative offer, radio profile and target audience of the radio station "Radio Programas del Perú" (RPP), identifying time, use of genres and formats in order to identify the roles of the radio. It also establishes the structure of the programs in a polyphonic text where there is a combination of diverse genres and formats no matter the typology and profile as a news radio, there are the following functions: education, entertainment, themes, public service, celebration and spectacles, (infotainment), advertising with a clear, important and persuasive role because the profit of the radio comes from that source, also the times of the programs. It was established the body of the research recording the programs of those days, using the descriptive and analytical method with the use of audiographic cards. It was program structure was identify considering the time assigned by the radio.

Key words: radio, program structure, functions, information, education, persuasion, entertainment.

1. INTRODUCCIÓN

Gracias al desarrollo tecnológico en el Perú, así como en muchos países del mundo, los medios de comunicación han adquirido un rol fundamental en el desarrollo social, cultural y educativo, más aún la radio que es el medio al que la gran mayoría de personas tiene acceso. En nuestro país, la radio es el medio de comunicación masiva por excelencia. El receptor portátil es el vínculo fundamental de las regiones y localidades más atrasadas y aisladas con el resto del país. Según (Ballón, 1987) la estadísticas recientes (Instituto Verificador de Medios Publicitarios) referidas exclusivamente al área urbana del país, existe un 93% de total de hogares urbanos que contaban con un receptor, siendo 1,4 el promedio de oyentes por aparato. De lo que se puede inferir, que la radio "sigue siendo el medio masivo de mayor consumo en el país" (Bustamante, (2004).

La programación radial, en la mayoría de la programación diaria de las emisoras nacionales está constituida por programas musicales con el 59% de promedio del espacio, la publicidad ocupa el 17%, mientras que los programas hablados solo el 14%. Por los tipos de programas, el informativo tiene un porcentaje de 20%, educativo cultural 8%, deportivo 14%, de participación 3%, publicidad el 18% y el musical 37%. (Calcina, 2007).

La radio como los otros medios de comunicación masiva han ido desarrollando e identificando sus características y peculiaridades, precisando sus lenguajes, sus modos expresivos, las formas de producción, el uso de géneros, formatos y estilos, las maneras de presentación de sus productos, las formas de organizar sus mensajes, sus contenidos. Una emisora tiene una forma de presentar ante los oyentes, una sucesión de sonidos que se organizan temporalmente, esta organización es la dimensión estructural del discurso radiofónico y corresponde con lo que se llama programación. Y esta es un conjunto de programas que se transmiten en un día, semana o un mes. Por lo que la programación es una estructura. Cada emisora difunde el mismo tipo de mensajes. Pero no todas son iguales, lo que las distingue es el modo en que están organizados esos mensajes similares. Al afirmar que la programación es una estructura, es decir, un sistema, se articulan alrededor de algún eje que les da coherencia. Permiten reconocer de qué modo está organizado el discurso radiofónico: la oferta comunicativa, integrada por programas diferentes géneros, formatos y temáticas; el público prefigurado es el público meta; el perfil radiofónico línea predominante de programación en materia de géneros que define la naturaleza de una emisora Mata y Scarafia, (1993).

En la ciudad de Puno, la radio en su organización está estructurada en programaciones donde su oferta comunicativa es mayoritariamente mixta, musicales e informativas. Pero no se tiene una exclusivamente

informativa, como es el caso de la emisora nacional, Radio Programas del Perú (R.P.P) un medio aceptado a nivel nacional y goza de credibilidad y está bien considerada por la población puneña.

Conociendo la estructura de la emisora Radio Programas del Perú, a partir de su oferta comunicativa, perfil radiofónico y su público, es decir su programación, se identifica las funciones que desempeña. La investigación tiene como objetivo identificar y jerarquizar las funciones que cumple dicha radio emisora, tomando en cuenta la visión funcionalista del discurso massmediático que agrupa las funciones de información, opinión, educación y entretenimiento, Wright (1978), es reduccionista e incompleta y simplificadora. Este contexto para Abril (1997) presenta la ausencia de funciones tan importantes como la tematización, prestación de servicios, intermediación en conflictos personales y judiciales, establecimiento de relaciones sociales, auxilio psicoterapéutico, búsqueda de personas desaparecidas. La nueva radio satisface las funciones señaladas por los funcionalistas como la educativa, la de distracción o entretenimiento, además combina una gran variedad de funciones, desde la clásica información, hasta la prestación de servicios múltiples: comerciales, psicoterapéuticos, resocializadores llega a proponerse como el espacio público y más aún, como alternativa para el ejercicio de una democracia directa.

Otro aspecto que debe tomarse en cuenta según Abril (1997) citando a Bajtin es el texto polifónico, en el que hablan voces múltiples y heterogéneas y en el que comparecen por ende distintas hablas y discursos. En las emisoras radiales se manifiesta esta polifonía textual y se hace evidente en las proliferas y variadas formas de citación (de fuentes, testimonios, versiones) tanto directas como indirectas, que incluye cualquier noticia. En la radio la cita directa suele suponer la producción sonora de la voz citada, con sus cualidades fónicas propias.

Hay un aspecto que Martini (2000) señala como característica de la sociedad contemporánea, es el *infoentretenimiento*, los individuos se enfrentan a problemas en la vida cotidiana (desempleo, inseguridad, violencia). A estos públicos se dirigen los medios más desde la conmoción que desde la argumentación, predominan las retóricas sensacionalistas en la cobertura de casos públicos. Los medios ofrecen también, gracias al desarrollo tecnológico (satélites, televisión por cable, generalización de las transmisiones en directo) contacto virtual con otras culturas, en la posibilidad del acercamiento a otros diferentes individuos, lugares, objetos, en los nuevos conjuntos simbólicos que ofrecen los medios al conocimiento humano, radica también la exigencia de una noticia diferente, cuya producción exige nuevos saberes en el periodismo.

2. REVISION DE LITERATURA

2.1 La radio, estructura, programación y funciones

Para Alfaro (1995), existen diversas formas de hacer radio y se presentan varias tipologías que nos ayudan a comprender las diferentes experiencias radiofónicas. Una tipología: Las Radios Habladas, privilegian la palabra, inclusive, hay algunas que jamás pasan música, solo la utilizan como auxiliar. Por lo general, son emisoras que dan mucha importancia a los informativos, a la polémica, a la opinión, como a los programas consultorios, entre otros y este es el caso de R.P.P.

Otra tipología, según el ámbito geográfico que las emisoras pretenden cubrir. Así tenemos radios: Locales, regionales, nacionales, internacionales. R.P.P. es nacional, conectada a satélites o sistemas de repetición, cubre el país y puede dialogar con diversos actores a nivel nacional, incluso internacional. Presentan el panorama nacional, usando corresponsalías. Asumen temas desde su visión. Una tercera tipología clasifica las radios en comerciales, o sin fines de lucro. R.P.P. es comercial, con grandes éxitos de audiencia y éxitos comerciales. Por último, es una radio privada.

2.2 Dimensión estructural

Siguiendo a Mata y Scarafia, (1993) está formada por una particular manera de presentarse ante los oyentes, tiene la forma de una sucesión de sonidos que se organizan temporalmente, originando las parrillas de programación o la organización por segmentos de programas radiofónicos como los informativos. La programación y los programas informativos son una estructura, "porque además de ser una secuencia de espacios, es un sistema en el cual los diferentes elementos que lo componen guardan entre sí relaciones de interdependencia y se articulan alrededor de algún eje que les da coherencia".

En relación con los formatos informativos, el análisis estructural o secuencial de sus partes lleva a mostrar el predominio de ciertos formatos periodísticos y, en consecuencia, del efecto de sentido deseado por los enunciadores de los mensajes en función de públicos específicos. También incluye la duración total del espacio estudiado así como la duración parcial y su ubicación en el plano general de la programación (primeras horas de la mañana, media mañana, medio día, noche, etc.), subrayando los mecanismos de encadenamiento o sucesión de las partes (cierres, intermedios musicales o de voces, distribución de los géneros, etc.).

2.3 Funciones de los medios de comunicación.

Desde Lasswell (1955) que plantea las funciones de los medios de comunicación, pasando por Wright (1978) que enuncia las cuatro funciones de la comunicación masiva, y

la misma Comisión Internacional sobre comunicación (1980) éstos tienen que cumplir determinadas funciones de conformidad con su naturaleza:

Función informativa: Llega hasta los receptores con el aspecto noticioso manteniéndolos permanentemente enterados de todo tipo de acontecimientos. Función persuasiva: Orienta e induce a los receptores a adquirir determinadas actitudes ante ciertos productos o hechos. La persuasión es la acción y efecto de inducir, mover, obligar a uno con razones a creer o hacer una cosa. O adquirir un producto. Función educativa: Mediante la cual los medios de comunicación deben propiciar la educación y la cultura propendiendo a difundir contenidos y conocimientos sobre ciencias, letras, arte, etc. Función recreativa: Permite cumplir con difundir entretenimiento en sus diferentes modalidades. La programación, se podría decir que los programas y la relación entre ellos constituyen una programación. Los dos términos se refieren al ordenamiento de las acciones que se realiza para llegar a un programa o a una programación. Aunque tanto un programa como una programación se piensan desde la audiencia y sus gustos, desde la cotidianidad de esa audiencia, desde la cobertura geográfica de la emisora, y desde la propuesta comunicativa que se tenga. Entonces al pensar en la programación hay que definir un orden, una lógica, un sentido no solo para cada programa, sino entre programa y programa o entre bloques de programación.

La programación de una radio, aparece en muchos casos para los oyentes como una simple sucesión de programas. Sin mayor secreto. Pero la forma en que se engancha un programa con otro no es casual. Lo que queremos decir es que toda emisora tiene su propio ritmo y personalidad;

a lo que Abril (1997) citando a Bajtin denomina como *Texto Polifónico*, es el texto en el que hablan voces múltiples y heterogéneas y en el que comparecen por ende distintas hablas y discursos. En las emisoras radiales se manifiesta esta polifonía textual y se hace evidente en las prolijas y variadas formas de citación (de fuentes, testimonios, versiones) tanto directas como indirectas, que incluye cualquier noticia. En la radio la cita directa suele suponer la producción sonora de la voz citada, con sus cualidades fónicas propias.

Por otro lado, cuando se habla de sociocultura contemporánea, siguiendo a Martini (2000), enfocado desde el *Infoentretenimiento*, como una forma de caracterizar esta etapa de la sociocultura contemporánea, en la que la oferta noticiosa resulta "un coctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación y de narración, de tragedias sociales, comunicadas en tiempo de swing o de clip o narradas como películas de acción. Y esta presente en la radio emisoras.

Según Ortiz, y Volpini (1995) las características de la radio es la capacidad del medio para recrear y transmitir una sensación de veracidad, para ser testimonio de los hechos, hace del soporte radiofónico el instrumento idóneo para la información: origina en la audiencia una imagen de la radio como *actual e informada, pegada a lo cotidiano*. La radio es un medio de comunicación con un solo soporte para transmitir mensajes: el sonido. Es, por tanto, *un medio de comunicación unisensorial*. Un medio exclusivamente sonoro, que esta sólo puede ser percibida por el sentido del oído.

Al hablar de géneros y de formatos generalmente aludimos a una manera de clasificar los contenidos de la programación, y a una manera de utilizar ciertas formas de presentar esos contenidos. Los géneros radiales, vendrían a ser los tipos, áreas y categorías generales que existen para agrupar y ordenar la producción radial y los formatos las expresiones concretas y particulares de llevar a productos radiofónicos dichas tipologías.

Hace años Kaplun (1984) hizo una división entre la música y la palabra, entre las radios que cantan y aquellas que nos hablan, esta división subsiste hasta hoy en día, solo que el proceso de fragmentación que sufre hoy la radio, hace que los matices y mezclas que se producen y se reproducen entre estos dos polos se proyecten al infinito. Según López (1997), López y Pinilla (1996), las tipologías que organizan y reúnen a los géneros y formatos son tan variadas como sus definiciones. Existen tres géneros "clásicos" desde el origen de la radiodifusión, el dramático, el informativo y el musical. Cada uno de los cuales abarca un mundo propio y singular, cada uno se acerca a la vida cotidiana en su dimensión privada y pública, pasan por la actualidad, lo político, lo lúdico y el placer como puentes de identidad entre emisoras y oyentes. Existen tres categorías a través de las cuales se agrupan los géneros: modo de producir, es decir de acuerdo a los códigos y reglas (dramático, periodístico y musical); Las intenciones y objetivos, es decir la finalidad que el emisor le atribuye al producto y desde la cual interactuar con el oyente (entretenimiento, participativo, educativo, cultural, informativo, publicitario, religioso, otros); los destinatarios o interlocutores, es decir aquellos para quienes se concibe y se espera que consuman el producto. De acuerdo a estas tres categorías los géneros quedan agrupados de la siguiente manera: Infantil, mujer, niños, jóvenes.

En cuanto a los formatos radiofónicos informativos, la radio ha demostrado ser eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes. Es posible asimismo a través de la radio llevar a una reflexión sobre acciones y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica, todo ello haciendo uso de diversos formatos para llegar al público. Entre los formatos radiofónicos informativos, siguiendo a Kaplun (1984), López y Pinilla (1996) se tiene: la charla, el noticiero, el

comentario, el diálogo, la entrevista, el reportaje, la publicidad, los enlaces, la dramatización. Tomando en cuenta a Kaplun (1984), López y Pinilla (1996) y López (1997) existen diferentes formatos informativos que se aplican a la radio, tales como:

1) La noticia, es el relato de un hecho ocurrido recientemente llevado por primera vez al conocimiento público. Su característica es un artículo corto, sintético que traza las grandes etapas de la vida de un personaje vivo (noticia biográfica) o recientemente fallecido (noticia necrológica) o destacando sobre las demás informaciones del día (Noticia sensacional) o que transcribe un despacho informativo con mención de su origen. 2) Comentario, es el análisis y opinión del hecho que se comenta. Orienta e influye. Una crónica hábil es un comentario disimulado. 3) Entrevista, diálogo basado en preguntas y respuestas, es un pequeño formato que va dentro de radio – periódico, radio – reportaje o radio – revista. El propósito de la Entrevista es conseguir noticias que sirvan para la redacción de un futuro artículo, esta diferencia estriba en el núcleo de interés, la entrevista periodística se conduce, fundamentalmente no en interés del entrevistador, ni del entrevistado, sino del oyente o lector. 4) reportaje, es definido como una monografía radiofónica de un tema dado que se presenta de manera completa. Se Tiene: Reportaje sobre la base de documentos vivos (recoge información de campo, avanza gradualmente, se puede incluir flashes dramatizados), reportajes sobre la base de reconstrucciones es un relato con montaje, se utiliza cuando hay lejanía de espacio o de tiempo, se dramatiza el hecho histórico o científico o sociocultural.

Valores de la noticia o criterios de noticiabilidad es considerado por Martini (2000) como el pasaje de la categoría acontecimiento a la categoría de noticia es el resultado de un trabajo en producción con la aplicación de los criterios de noticiabilidad. Es posible organizar y clasificar los criterios de noticiabilidad según variables diferentes que se conciben como valores, atribuidas a los acontecimientos. Los *valores-noticia* componentes de la noticiabilidad de un acontecimiento son las cualidades significativas que construyen su relevancia. Por otro lado es importante destacar los valores de la noticia, los mismos que deben tener las características del material periodístico en los hechos, ideas y sucesos tienen una valoración que corresponde o que también se llama los valores intrínsecos de la noticia. Tanto Griffith y Weston (1985) como Guajardo (1997) señalan como valores de la noticia: Conflicto, que significa tensión o sorpresa, muchos conflictos tienen valor noticioso. Un conflicto es la variación del "Statu Quo" que significa estática o cosas normales que se realizan, en su forma natural presagia daños, es violento en sí mismo, existen las emociones de los espectadores y puede ser de enorme importancia inmediata. Progreso y desastre, de los laboratorios surgen invenciones, nuevas medicinas; los terremotos e incendios suelen ocurrir en forma instantánea. Algunas

veces estos cambios se observan y se informa acerca de ellos cuando se están produciendo, por los males que ocasionan. Otras veces, sólo el resultado final sobresale como progreso o desastre, al surgir de un vago y desconocido trasfondo. Consecuencia, un acontecimiento que es capaz de producir una gran sucesión de hechos que afecta a mucha gente es evidentemente de valor noticioso, en otras palabras de mucha consecuencia. La consecuencia es aceptada generalmente como un valor de las noticias, como medida general de la importancia de las noticias. Eminencia o prominencia, generalmente se reconoce que los nombres hacen noticia y que los grandes nombres hacen grandes noticias. El personaje indicado como eminencia sin duda debe hacer algo para que su nombre realce.

Asimismo, la proximidad, es considerada como noticia del momento - cercanía con el lugar de la noticia - estas son medidas aplicables a las noticias, después que estas son reconocidas para determinar si estas son vendibles y si vale la pena recogerlas. Otro aspecto es el interés humano, que significa llegar al fondo humano, se encuentra una serie de emociones, incidentes dramáticos, datos biográficos, etc. Algunos hechos más que otros pueden considerarse como de interés humano, su valor como material puede ser poco, pero sugiere a menudo una calidad y cantidad de fondo humano. Sexo, es otro valor intrínseco de la noticia, son noticias sobre diversos asuntos de carácter amoroso, de estrellas de cine, famosas bellezas, tienen cierta atracción para los lectores. Novedad, nos llama la atención lo que nunca hemos leído u oído, está involucrada con su correspondiente valor noticioso y este no es frecuente.

Corte publicitario, es otro de los factores que comprendidos en la valoración, donde las emisoras comerciales recurren a la publicidad como fuente principal de ingresos y financiamiento, habitualmente dicha publicidad está organizada en tandas de duración variable (normalmente entre tres a cinco minutos) que interrumpen la programación cada cierto tiempo, las cuales cumplen paralelamente una función gramatical, además de lo económico. El oyente las identifica como el momento de tránsito entre las secuencias de un programa o bloque de programación. Asimismo, se destaca la autopropaganda, ya que toda emisora busca darse a conocer y ser reconocida por la audiencia a través de ciertos elementos como el nombre el slogan y la música característica, que expresan la personalidad y el perfil de la misma.

3. METODOLOGÍA.

El Método empleado ha sido el método Descriptivo Analítico, donde la técnica e instrumentos fueron el Análisis audiográfico y la ficha audiográfica. Dimensiones del análisis considerados son la función informativa, la función persuasiva, la función educativa y función de entretenimiento.

Población considerada, fue los programas de Radio Programas del Perú. Siendo la muestra, la programación diaria, durante los días 3 y 4 de julio del 2010. Constituyéndose el corpus de la investigación. Ámbito de estudio. La emisora Radio programas del Perú transmite su señal a todo el Perú tanto en AM. Como en FM desde la ciudad de Lima.

4. RESULTADOS

Radio Programas del Perú nace en 1963 combinando formatos de música e información, en 1979 su programación se vuelve netamente informativa. En 1996 RPP crea su página web, que transmite las principales noticias del día y cuya dirección es: WWW.R.P.Pnoticias. Se quiere conocer si la estructura programática cumple con las funciones propias de todo medio de Comunicación, así como cuales son los formatos informativos y valores de la noticia más resaltados a lo largo de toda su programación.

Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las fichas audiográficas se presentan estos datos en cuadros, y también su interpretación.

Cada media hora se produce un corte en la programación y se da paso a los titulares e informes, directo en directo, de los corresponsales con noticias en algún punto del país.

Cuadro 1 - Programación de la emisora radio programas del Perú

De la Noche a la Mañana: 12-4 am Magazín que combina entrevistas, notas culturales y comentarios sobre diversos temas de actualidad.
La Rotativa del Campo: 4 - 5 am Noticias, entrevistas y comentarios sobre las actividades agropecuarias
La Rotativa del Aire - Edición De La Mañana: 5-8 am. Conducen Raúl Vargas y Armando Canchaya. Dentro del bloque: se tiene RRP en el mundo. El informativo financiero. Campaña por el agua. El tráfico en Lima.
Ampliación de Noticias: 8-10 am. Ampliación de noticias. Conducen: Raúl Vargas, Patricia del Río y Augusto Álvarez Rodrich. Salud en RPP. 10-11:30 am. Conducen los médicos Milagros Agurto y Jorge Abel Salinas.
Confidencias. 11:30 - 1 pm. Conduce la psicóloga Lupe Maestre.
La rotativa del aire, edición del mediodía. 1 - 2:30 pm. Conducen Chema Salcedo y Milagros Leya. La rotativa Regional: 2 a 2:30. Informativo financiero
Los Chistosos. (2:30 - 4:30 pm) Los chistosos. Conducen Manolo Rojas, Hernán Vidaurre, Giovanna Castro y Guillermo Rossini
Era Tabú: 4:30 - 6 pm. Era Tabú. Con el Dr. Fernando Maestre. (6 - 8 pm) La rotativa del aire, edición de la tarde. Conducen Patricia del Río y Armando Canchaya.
8-9 El show del Deporte. Noticias sobre los diversos deportes. El equipo que tiene a su cargo este hora, transmite en vivo los partidos de fútbol, vóley, etc.
De frente y sin máscaras. 9 - 10 pm. Con la Dra. Carmen Gonzáles. La rotativa del aire, edición de la noche. 10 - 12 am. Con Eduardo Lindo y Raquel Salazar.
El Hombre del Tiempo: Abraham Levy, en el Hombre del Tiempo.
Lunes a Viernes: 06:30 hrs. - 14:30 hrs. - 18:30 hrs.

Fuente: Radio Programas del Perú

La programación analizada, cumple con la tipología de radio hablada, es decir que esencialmente es una radio informativa. Pero desde la oferta comunicativa, muestra una gran variedad de programas, diversos géneros y formatos, y su producción según Abril (1997) se desarrolla en un complejo de escenarios de instituciones, con la intervención de múltiples agentes (fuentes, reporteros, especialistas, etc.) y mediante la aplicación de variados lenguajes, estilos y retóricas, toda esta multiplicidad halla su expresión estructural en el discurso polifónico (espacio de varias voces) de la radio.

Desde la dimensión estructural se identificó la programación de Radio Programas del Perú, y a partir de esta organización, se determina las funciones que desempeña diariamente y asimismo desde la oferta

comunicativa que propone la emisora, en particular los géneros y formatos predominantes, se construye el perfil de la emisora, reflejando ser una emisora informativa, sin descuidar la educación, la prestación de servicios al público, los servicios relaciones, en menor medida el entretenimiento y como soporte financiero la persuasión a través de la publicidad. Siendo su rutina: cada media hora se produce un corte en la programación y se da paso a los titulares e informes, a los enlaces directo en directo, de los corresponsales con noticias en algún punto del país, y del mundo. Accidentes de diversos tipos.

Lo que trae consigo la espectacularización de la noticia en la sociedad del infoentretenimiento, donde la información resulta balizada o los temas pueden ser pesados, escandalosos o macabros, tragedias sociales narradas como películas de acción.

Tabla 1 - Tiempos por funciones radiales en la programación de Radio Programas del Perú

Hora	Programa	Función Informativa Incluye: Servicios, tematización géneros y formatos (Seg.)	%	Función Persuasiva Publicidad (Seg.)	%	Función Entretenimiento (Seg.)	%	Función Educativa Orientación psicológica y nutrición (Seg.)	%	Total (Seg.)
12 - 1	De la noche a la mañana	60	0,08	725	0,84	1375	1,59	1440	1,67	3600
1 - 2	De la noche a la mañana	420	0,5	120	0,14	2160	2,5	900	1,04	3600
2 - 3	De la noche a la mañana	480	0,05	185	0,22			2935	3,39	3600
3 - 4	De la noche a la mañana	410	0,49	150	0,17			3040	3,52	3600
4 - 5	La Rotativa del campo	2390	2,78	1030	1,19			180	0,21	3600
5 - 6	La rotativa del aire	2661	3,08	727	0,84			212	0,25	3600
6 - 7	La rotativa del aire	2925	3,4	675	0,78					3600
7 - 8	La rotativa del aire	2700	3,13	720	0,83			180	0,21	3600
8 - 9	Ampliación de noticias	2818	3,28	782	0,91					3600
9 - 10	Ampliación de noticias	2580	2,99	1020	1,19					3600
10 - 11	Salud en RPP	660	0,78	690	0,79			2250	2,6	3600
11-11.30	Salud en RPP	330	0,42	345	0,4			1125	1,3	1800
11:30-12	Confidencias	72	0,09	108	0,13			1620	1,87	1800
12-1	Confidencias	144	0,19	216	0,25			3240	3,75	3600
1 - 2	La rotativa del aire	2420	2,83	900	1,04			280	0,33	3600
2- 2:30	La rotativa regional	1259	1,46	360	0,42			181	0,21	1800
2:30-3:30	Los chistosos	475	0,56	821	0,95	2304	2,67			3600
3:30-4:30	Los chistosos	475	0,55	821	0,95	2304	2,67			3600
4:30 - 5	Era tabú	90	0,14	216	0,25			1494	1,73	1800
5 - 6	Era tabú	180	0,21	432	0,5			2988	3,46	3600
6 - 7	La rotativa del aire	2925	3,6	432	0,5			243	0,28	3600
8 - 9	La rotativa del aire	2880	3,33	540	0,62			180	0,21	3600
08-sep	El show del Deporte	194	0,23	648	0,75	2758	3,19			3600
9 - 10	De frente y sin mascarar	288	0,33	720	0,83			2592	3,0	3600
10 -11	La rotativa del aire	2250	2,62	918	1,06			432	0,5	3600
11 - 12	La rotativa del aire	2340	2,72	1008	1,17			252	0,29	3600
TOTAL		34 426	39,84	15 309	17,72	10 901	12,62	25 764	29,82	86 400

Fuente: Elaboración propia

A partir de su oferta comunicativa y perfil radiofónico, en el tabla 2 observamos que la noticia es el formato informativo con mayor preponderancia en la programación de la Emisora Radio Programas del Perú, dentro de los formatos, ya que abarca el 15.57% de su estructura, pero la publicidad ocupa el primer lugar al ocupar el 18.95% de su programación, mientras que la entrevista ocupan el 10.14o el 18% del total del tiempo de programación; Los enlaces ocupan un 8.3% del total de la programación Mientras que el formato del que menos uso se hace es el reportaje al ser usado solo en un 2% a lo largo de toda la programación.

El segmento que hace mayor uso del formato de la noticia es “La Rotativa del aire” edición de la mañana al dedicarle 12,998 segundos a dicho formato, lo cual equivale al 15.57 del total del tiempo dedicado a las noticias, de la misma forma dicho programa es que mayor uso hace del formato de las entrevistas ya que el 10.95% de dicho formato se encuentra centrado en este programa, las entrevistas juegan un rol fundamental en la programación de la Emisora Radio Programas del Perú ya que gran parte de la información es obtenida a través de entrevistas a los protagonistas de la noticia lo cual contribuye a su elevada credibilidad.

La publicidad ocupa el primer lugar, el espacio que reúne la mayor cantidad de publicidad es la rotativa del aire al abarcar el 4.39% de toda la publicidad emitida a lo largo del día, ello se debe principalmente a que dicho programa se encuentra en un horario de preferencia.

El segmento de la “La rotativa del aire”, edición vespertina es el segmento que hace mayor uso del formato informativo obteniendo el 1.89% del total de tiempo dedicado a dicho formato.

Le sigue ampliación de noticias con 1.89%, que emplea el formato noticias. Pero el formato entrevistas ocupa el primer lugar con 3.65% y luego la rotativa del aire.

Por otro lado la programación de la Emisora Radio Programas del Perú dedica gran parte de su estructura a los enlaces, ello se debe a que dicha emisora tiene corresponsales a través de todo el país, lo cual le permite

tener una amplia cobertura y la noticia en el mismo instante en que se produce, y el programa “La Rotativa del Aire” edición del de la mañana reúne el 2.85%, de los enlaces emitidos a lo largo del día, la cifra alcanzada es de 8.3%.

Mientras que el formato del que menos uso se hace son los Reportajes. La Rotativa del Aire de las cinco el que mayor uso hace de dicho formato al reunir el 1% del tiempo dedicado a este formato.

Radio programas del Perú se autodenomina como una emisora eminentemente informativa y toda su estructura viene siendo determinada por dicha función, siendo por ello una de las emisoras con mayor prestigio y cobertura a nivel nacional gracias a sus corresponsales, pero a pesar de ello menos de la mitad de su programación cumple con la función Informativa como lo demuestra el cuadro N° 3.

El tiempo dedicado a la función informativa a través de la difusión de noticias, en la Programación de la Emisora Radio Programas del Perú es de 34,4216 segundos lo cual equivale al 39.84% del total de su programación, con lo cual se demuestra que dicha emisora tiene como función principal la información a través de la difusión de noticias a nivel nacional. De la misma manera se observa que el mayor porcentaje dedicado a la función informativa en la programación de la Emisora Radio Programas del Perú, se da en el segmento “La Rotativa del Aire” edición de la mañana que contiene el 4.9% del total del tiempo dedicado a dicha función, mientras que el porcentaje más bajo dedicado a dicha función se da en el programa “El Show del deporte” con solo un 0.23% Que es considerado como un programa de entretenimiento.

La utilización de diversos formatos periodísticos nos demuestra que Radio Programas del Perú, es un discurso polifónico, debido a que recurre a diversas fuentes, entrevistas a políticos, personajes ilustres, especialistas, no solamente del país, sino de cualquier parte del mundo, diariamente sus corresponsales emiten sus boletines informativos. Y no sólo noticias políticas o económicas, sino de interés humano. Que muchas veces espectacularizan y dramatizan las informaciones, dando lugar al infoentretenimiento.

Tabla 3 - Valores de la Noticia en la Programación de la emisora “Radio Programas del Perú”

Hora	Programa	Conflicto Seg.	%	Consecuencia Seg.	%	Interés Humano %	Desastre (Seg.) %	Eminencia (Seg.) %	Progreso (Seg.) %	Proximidad (Seg.) %	Novedad (Seg.) %	Total (Seg.)						
12 -4a.m.	De la noche a la mañana	630	1.7	510	1.4	120	0.3	577	1.6	240	0.6	2077						
4 - 5 a.m.	La rotativa del campo	47	0.14	330	0.1	90	0.3	167	0.4	47	0.1	475						
5 - 8 a.m.	La rotativa del aire	1718	4.7	1480	4	390	1.1	480	3.1	420	1.1	4938						
8 - 10a.m.	Ampliación de la noticia	1140	3.1	570	1.5	2100	5.7	30	0.1	120	0.3	4355						
10-11:30 a.m.	Salud en RPP	150	0.4	30	0.1	110	0.3	30	0.1			320						
11:30 1:00 p.m.	Confidencias	30	0.1	40	0.1	540	1.5	50	0.1	60	0.2	720						
1-1 2- 2:30	La rotativa del aire La Rotativa regional	2340	6.4	618	1.7	1170	3.2	180	0.5	300	0.8	5058						
2:30-4:30	Los chistosos	160	0.4	208	0.6	462	1.3	80	0.2	100	0.3	1170						
4:30 - 6 p.m.	Era tabú	47	0.1			94	0.2	167	0.4	147	0.4	600						
6- 8 p.m.	La rotativa del aire	2870	7.8	4055	11	600	1.6	2330	6.5	1155	3.2	11370						
8 - 9 p.m.	El show del deporte	330	0.4	30	1.0	60	0.1	1070	2.9			2390						
9- 10 pm	De frente y sin máscaras	390	1.1	180	0.5	30	0.1	30	0.1			660						
10 - 12pm	La rotativa del aire	2040	5.6	540	1.5							2580						
	TOTAL	11892	32.4	8261	22.5	5770	15.7	5191	14.2	2589	7	2155	5.9	440	1.2	415	1.1	36713

Fuente: Elaboración Propia

En el tabla 3, se observa que la emisora Radio Programas del Perú resalta en mayor medida los valores de la noticia: Conflicto, Consecuencia, Interés Humano y Desastre que abarca un 32%, 22%, 16%, y 14% respectivamente del total de la programación, mientras los valores de Eminencia y Progreso son usados en menor medida con un 7% y 6% del total de la programación y los valores de Proximidad y Novedad son dejados de lado ya que son usados en un 1% cada uno.

El Conflicto es usado en mayor medida en el programa “La Rotativa del Aire” edición de la mañana al dedicar 2870 a dicho valor lo cual equivale al 8% del total del tiempo dedicado al valor del conflicto a lo largo de toda la programación: En el mismo programa son resaltados los valores de consecuencia, desastre y eminencia con un

11%, 7% y 3% respectivamente del total del tiempo dedicado a dichos valores a lo largo de toda la programación, ello se debe a que el programa “La Rotativa del Aire” edición de la mañana es un programa netamente informativo y el mayor duración dentro de su área.

Los valores noticiosos de Interés Humano y Proximidad son resaltados en el segmento “La rotativa del Aire” ampliación de las cinco en un 6% y 0.7% del total del tiempo de programación, dicho programa también es un segmento netamente informativo pero de menor duración. Mientras que los valores de Progreso y Novedad son tomados en mayor medida en el programa en el Programa

Tabla 4 - La Función persuasiva a través de la Publicidad de "Radio Programas del Perú"

Hora	Programa	Contenido	Duración (Seg)	%
12 - 1	De la noche a la mañana	Publicidad comercial	725	4,74
1 - 2	De la noche a la mañana	Publicidad Comercial	120	0,78
2 - 3	De la noche a la mañana	Publicidad Comercial	185	1,21
3 - 4	De la noche a la mañana	Publicidad comercial	150	0,98
4 - 5	La Rotativa del campo	Publicidad Comercial	1030	6,73
5 - 6	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	727	4,75
6 - 7	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	675	4,41
7 - 8	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	720	4,7
8 - 9	Ampliación de noticias	Publicidad Comercial	782	5,11
9 - 10	Ampliación de noticias	Publicidad Comercial	1020	6,66
10 - 11	Salud en RPP	Publicidad Comercial	690	4,51
11-11.30	Salud en RPP	Publicidad Comercial	345	2,26
11:30-12	Confidencias	Publicidad Comercial	108	0,71
12-1	Confidencias	Publicidad Comercial	216	1,42
1 - 2	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	900	5,88
2- 2:30	La rotativa regional	Publicidad Comercial	360	2,36
2:30-3:30	Los chistosos	Publicidad Comercial	821	5,36
3:30-4:30	Los chistosos	Publicidad Comercial	821	5,36
4:30 - 5	Era tabú	Publicidad Comercial	216	1,41
5 - 6	Era tabú	Publicidad Comercial	432	2,82
6 - 7	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	432	2,82
7 - 8	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	540	3,52
8 - 9	El show del Deporte	Publicidad Comercial	648	4,23
9 - 10	De frente y sin mascarar	Publicidad Comercial	720	4,7
10 -11	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	918	5,99
11 - 12	La rotativa del aire	Publicidad Comercial	1008	6,58
TOTAL			15 309	100

Fuente: Elaboración propia

Una de las funciones importantes que cumplen los medios de comunicación es la función persuasiva, una de las formas de cumplir con dicha función se da a través de la publicidad comercial; En Radio Programas del Perú dicha función juega un rol fundamental en el desarrollo de su programación y en su financiamiento, que permite contar con una programación variada, con profesionales de reconocida trayectoria, tener una red de repetidora a lo largo de todo el Perú. Ofreciendo una audiencia a nivel nacional y una altísima sintonía a las empresas para que realicen su publicidad. Del total de su programación la Emisora Radio Programas del Perú dedica 15,309 segundos a la publicidad lo cual equivale al 17.72% de su programación total, de dicho porcentaje el 75.7 % se encuentra dedicado a la Publicidad Comercial y el resto, es decir el 24.3% dedica a la autopromoción.

El tabla 4, nos muestra que el 6.73% de la publicidad comercial se da en el programa "La rotativa del aire", luego en ampliación e noticias con el 6.67%, debido a que dichos programas se encuentran en horas de mayor

sintonía radial y muchos de sus espacios son alquilados por empresas privadas para la promoción de sus productos; Mientras que el índice más alto de publicidad Autopromocional, que es de un 6%, se da en el programa "La Rotativa del Aire" Edición de la Mañana.

También podemos observar que el menor índice de Publicidad Comercial de la Emisora Radio Programas del Perú se da en el Programa "Confidencias" con solo un 0.71 % del total de la publicidad Comercial, es el índice más bajo de publicidad. La publicidad, como es de conocimiento general, es un mensaje de persuasión; utiliza medios verbales, con el objetivo de inducir a un lector u oyente a que adquiera un producto. La información publicitaria sirve de orientación para la venta de un producto. Entre la Técnica que utiliza esta el poder de sugestión inconsciente destacando los efectos de tipo freudiano; de ahí los anuncios para rejuvenecer, ganar amigos, embellecer, etc. R.P.P. es utilizado con esa finalidad y también para financiar a la radio

Tabla 5 - La Función Educativa en la Programación de la Emisora "Radio Programas del Perú"

Hora	Programa	Contenido	Duración (Seg)	%
12 - 1	De la noche a la mañana	-Presentación y exposición del tema central:	1440	5.58
1 - 2	De la noche a la mañana	-Tema: ¿Cómo mantener el peso adecuado?	900	3.49
2 - 3	De la noche a la mañana	- El friaje	2935	11.39
3 - 4	De la noche a la mañana	-Defendiendo la naturaleza: Amazonia	3040	11.79
4 - 5	La Rotativa del campo	-Tema : Olmos	180	0.70
5 - 6	La rotativa del aire	Inversiones mineras	212	0.82
6 - 7	La rotativa del aire			
7 - 8	La rotativa del aire	Noticiero financiero	180	0.70
8 - 9	Ampliación de noticias	Ministerio de la cultura		
9 - 10	Ampliación de noticias			
10 - 11	Salud en RPP	Gripe, neumonías	2250	8.73
11-11.30	Salud en RPP	Nutrición	1125	4.37
11:30-12	Confidencias	Relaciones familiares, casos madres solteras	1620	6.29
12-1	Confidencias	Consultas telefónicas	3240	12.57
1 - 2	La rotativa del aire	Corte de San José	280	1.09
2- 2:30	La rotativa regional	Gobierno municipal de Juliaca	181	0.70
2:30-3:30	Los chistosos			
3:30-4:30	Los chistosos			
4:30 - 5	Era tabú	Sexualidad de adolescentes	1494	5.80
5 - 6	Era tabú	Consultas por teléfono	2988	11.60
6 - 7	La rotativa del aire	Reparaciones judiciales	243	0.94
7 - 8	La rotativa del aire		180	0.70
8 - 9	El show del Deporte			
9 - 10	De frente y sin mascarar	- Desarrollo del tema principal: La Depresión - Consultas por Teléfono.	2592	10.06
10 -11	La rotativa del aire	Terrorismo	432	1.70
11 - 12	La rotativa del aire	El gas	252	0.98
TOTAL			25 764	100

Fuente: Elaboración propia.

A partir de los años 60 comenzó a cobrar auge la idea de que los medios de Comunicación podrían llegar a convertirse en instrumentos para educar a la población y se pensó en el Radio como una especie de Escuela Paralela por su gran cobertura y fácil accesibilidad a sectores que no tienen acceso a la Educación Tradicional, una de los deberes de la Radio Educativa es instruir a la población sobre sus derechos. De las cuatro principales funciones que cumple la Radio, la Emisora Radio Programas del Perú, dedica a dicha función 25,764 segundos al día lo cual equivale al 29.82% del total de la estructura de su programación.

De la tabla 5, se obtiene que de los 25,764 segundos que la programación de la Emisora Radio Programas del Perú dedica a la función Educativa el 31.85% de dicho tiempo se encuentra centrado en el Programa “De la Noche a la Mañana”, otro de los programas dedicados a la Educación es el Programa “Confidencias” con un 18.86 del total del tiempo dedicado a dicha función. Mientras que el resto del tiempo dedicado a la función Educativa se distribuye a lo largo de su programación a través de pequeños espacios educativos en su mayoría patrocinados por entidades privadas, y entrevistas a diferentes Especialistas Médicos en diferentes segmentos.

Los programas educativos están concentrados en programas de corte psicológico y de salud, si se observa la programación, se constata, tiene que ver con problemas personales, de familia o de trabajo. Pero también esta función difunde contenidos educativos en salud, nutrición, prevención y divulga estilos de vida sanos. Por eso, puede decirse que la radio debería ser un medio en el que la participación de la sociedad desempeña un papel esencial y cuya función no puede dejar de ser primordialmente educativa al informar, promover y defender los intereses de la sociedad, tomar parte en sus costumbres culturales y sociales así como en sus prácticas políticas.

Tabla 6 - La Función de Entretenimiento en la Programación de la Emisora “Radio Programas del Perú”

Hora	Programa	Contenido	Duración (Seg.)	%
12 - 1	De la noche a la mañana		1375	12.60
1 - 2	De la noche a la mañana		2160	19.82
2 - 3	De la noche a la mañana			
2:30-3:30	Los chistosos	Imitaciones a políticos	2304	21.14
3:30-4:30	Los chistosos	Imitaciones: presidente, ministros	2304	21.14
08-sep	El show del Deporte		2758	25.30
TOTAL			10 901	100

En la tabla 6, observamos que la Emisora Radio Programas del Perú dedica un total de 10,901 segundos a la función de entretenimiento, dicho tiempo se encuentra distribuido en determinados Programas como son: “Los Chistosos” y “La Rotativa Deportiva”, ello equivale al 12.62% de su programación total. También observamos que el 34% del contenido que la Emisora Radio Programas del Perú dedica a la función de entretenimiento se encuentra en el Programa “La Rotativa deportiva” dicho programa transmite noticias del mundo del deporte,

mientras que el porcentaje más bajo se encuentra en el Programa “La Rotativa del Aire – edición de la mañana” que es programa dedicado exclusivamente a la transmisión de noticia.

Si una emoción es privilegiada en la radio, esa es la alegría. Para que se prenda la radio, para distraernos. La vida cotidiana es tediosa, siempre lo mismo, la gente conecta la radio, para desconectarse de los problemas. A que nos haga reír. R.P.P. ha entendido bien esta función y nos presenta una programación para alegrarnos la vida, con los chistosos, que imitan a los políticos, parodian a los artistas, vedetes, con sus bromas alegran la vida de la gente.

5. CONCLUSIONES

La dimensión estructural de la radio organiza la programación y se identifica una oferta comunicacional y perfil radiofónico de Radio Programas del Perú, determinando una emisora fundamentalmente informativa, integrado por diferentes géneros, formatos, temáticas, de índole periodística. Y esta característica es parte de su tipología, de radio hablada.

La Emisora Radio Programas del Perú cumple con las funciones asignadas a los medios de comunicación, siendo la función informativa la más resaltada y utilizando diversos formatos periodísticos, incluyendo la tematización, la prestación de servicios comerciales, sociales, psicológicos y personales, le sigue en importancia la función educativa, seguida por la función persuasiva, pero no así la función de entretenimiento que es mínima los tiempos asignados. Demostrando que la radio tiene un discurso polifónico.

La noticiabilidad se presenta a través de los valores noticiosos y los criterios más usados son el conflicto y la consecuencia, con menor preponderancia los valores del interés humano y la eminencia, mientras que los valores menos tomados en cuenta son los de progreso y novedad. Los formatos informativos que tienen un mayor espacio son la Noticia, las Entrevistas, los Enlaces”, mientras que el formato menos usado es el reportaje, además muchas veces espectacularizan y dramatizan las informaciones, dando lugar al infoentretenimiento. La función persuasiva se da a través de la Publicidad tiene una importancia fundamental en la programación, siendo la Publicidad comercial quien ocupa casi un cuarto del total de tiempo de programación.

La programación de la emisora Radio Programas del Perú dedica un cuarto de programación a la función educativa, realiza dicha función a través de programas de corte psicológico, de salud, nutrición y prevención de la salud, orientación sexual.

La función de entretenimiento tiene una mínima incidencia dentro de la estructura de la programación.

Recomendaciones

Se recomienda utilizar en mayor medida los formatos informativos de los enlaces y entrevistas ya disponen de corresponsales a lo largo de todo el país y el obtener la información de dichas fuentes incrementaría su prestigio. Dedicar un horario preferencial y de mayor duración a la función Educativa, así como incrementar el uso de técnicas y estrategias educativas a través de su programación. Dar mayores espacios a las provincias del interior para conocer su problemática a las autoridades e Lima, que muchas desconocen la realidad al interior del país.

REFERENCIAS

- Abril, Gonzalo: Teoría general de la información. Ediciones Cátedra. Madrid 1997
- Alfaro, Rosa María: La interlocución Radiofónica. UNARED. Quito 1995
- Ballón, Eduardo. En Radio y comunicación popular en el Perú, Coord. CEPES-1987
- Bond, Fraser : Introducción al Periodismo. LIMUSA. MEXICO. 1986
- Bustamante Quiroz; Emilio: En Opinión Pública/Temática Perú. La Radio desde OAX hasta la Edad de Oro. Empresa Editora El Comercio. Lima. 2004.
- Calcina Choque, Eva: Utilización de formatos radiofónicos en los programas informativos, Radio Onda Azul y Pachamama Radio de la Ciudad de Puno. Tesis. 2007.

- Casasus, José María: Ideología y análisis de Medios de Comunicación. MITRE. Barcelona. 1986.
- Griffith, John/Weston, Edward: Quiero ser periodista. Editorial Mitre. Barcelona. 1985
- Lasswell, Harold: Estructura y función de la comunicación. En Moragas (Ed.). Sociología de la comunicación de masas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1982.
- Lopez, Fernando y Pinilla, Helena: La producción Radiofónica. UNARED. QUITO. 1976
- López Vigil, José Ignacio: Manual urgente para radialistas apasionado. AMARC. QUITO.
- Mata, María Cristina: La Investigación Radiofónica. UNARED. QUITO. 1995
- Mata, María Cristina y Scarafia, Silvia: Lo que dicen las Radios. ALER. Quito, 1993
- Martini, Stella: Periodismo, noticia y noticiabilidad. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 2000
- Kaplum, Mario: La Producción Radial. CIESPAL. Quito. 1984.
- Ortiz, Miguel Ángel y Volpini, Federico: Diseño de programas en radio Guiones, géneros y formulas. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1995.
- Tuchman. G: La producción de las Noticias. GUSTAVO GILI. MÉXICO. 198
- Wright, Charles: Comunicación de masas. Buenos Aires. Paidós. 1978
- Wolf, Mauro. La investigación de la Comunicación de masas. PAIDOS. Buenos Aires. 1994
- Radio Programas del Perú WWW// rpp noticias.