

LOS INFORMATIVOS

RADIOVISUALES

PLAGIO Y EMPIRISMO EN EL PERIODISMO RADIAL Y DE TELEVISION

Por: JAVIER VELA JONES

Investigación realizada por el autor en las cátedras a su cargo
de Periodismo radial y televisado en 1973

La radio y la televisión representan importantes canales técnicos de la comunicación colectiva y de gran trascendencia en el campo de la información.

El Perú, por su configuración geográfica y por sus características de país subdesarrollado, necesita un planteamiento integral de información a través de medios electrónicos, por la serie de aspectos positivos en las labores de proyección informativa, educativa y cultural.. El periodismo radial y el televisivo tienen, posiblemente, mayor influencia que los demás medios, porque puede llegar a un público alfabeto y analfabeto. De igual modo se proyecta en el

campo de la opinión de grandes sectores de la colectividad, de tal manera que contribuye a formar corrientes de opinión en la sociedad.

Mediante la investigación realizada en la radiodifusión limeña, se establece que los informativos difundidos se hallan en la etapa del plagio de las noticias impresas que se transmiten textualmente por radio y en algunas estaciones de televisión, aunque ya existen, en ciertas emisoras de radio y televisión, departamentos informativos propios con personal especializado.

Como recomendación especial, este trabajo de análisis de los medios audiovisuales señala que "los centros superiores de enseñanza del Periodismo deben prestar la importancia que se merece al estudio, investigación y enseñanza del Periodismo Electrónico, radial y de televisión, con sus características fundamentales y técnicas que le presentan como un medio decisivo para el desarrollo integral del país".

INTRODUCCION

Los canales de la comunicación colectiva tipo electrónico: radio y televisión, irradian sus mensajes codificándolos en forma de audio o imágenes, a la velocidad de la luz.

Conducen producciones que el hombre ha ideado para su información, cultura o amenidad.

En nuestra especialidad los medios audiovisuales constituyen elementos valiosísimos para la información, la interpretación del bagaje noticioso y para la orientación de la opinión pública.

El avance de la información electrónica va a la par con el progreso técnico de sus ondas portadoras. La noticia se trasmite al unísono con el propio acontecimiento. El signo hertziano se convierte en voz, música, o sonido junto a las imágenes que en el mosaico televisivo interpretan impulsos electromagnéticos que se cifran y descifran instantáneamente en nuestros oídos o vista. El cerebro interpreta ahora la noticia en "vivo" y en "directo".

Las ventajas de la radiodifusión son innegables. Hertz, Marconi, De Forest, Baird, Nipkow, Sworikyn, Sarnoff y otros nos legaron una nueva época en las comunicaciones, que nos permite entrar a una etapa revolucionaria lejos, muy lejos de la "Galaxia de Gutemberg".

La radiodifusión cumplió recientemente su cincuentenario de transmisiones regulares. En Lima existe una veintena de radioemisoras que cuentan con espacios informativos. Pero, casi es una excepción que se norme e irradie noticias dentro de los cánones que señala la propia personalidad del periodismo radiovisual. La radio y la TV. —por la propia naturaleza electrónica del proceso audible o visual— debe cifrar los informativos en forma muy particular, dentro de sus propias técnicas de redacción, edición, producción y transmisión.

La radio y la TV. conquistan al mundo y junto a la imprenta se convierten en factores prioritarios para multiplicar los índices de expresión y difusión de los mensajes colectivos.

Este poderoso medio incide directamente en el desplazamiento del sistema de representaciones, de los fundamentos culturales y del lenguaje, y lleva al hombre a crear necesidades de información fácil y sin condiciones previas a cualquier condición social o de instrucción. La radio y TV. son libres a toda colectividad sin condiciones. Llega a todos. Ingresa sin pedir permiso al palacete o a la choza de un pueblo joven. Por eso, la información radiovisualizada debe ser codificada en esa proyección: dispuesta a ser captada, asimilada por cualquier entendimiento, sin ninguna cortapisa. A la velocidad de su transmisión debe imponerse el tiempo, que le da un aspecto de “pastilla” o concentrado. El equilibrio de su cortedad y claridad deben ir parejos. Su comprensión debe ser total, a pesar de la rapidez de su paso por el nervio auditivo u óptico.

Esa ventaja de la radio debe ser canalizada siempre en forma productiva para toda colectividad. Llega a cualquier lugar, por remoto que sea. Al ciudadano, campesino, chacarero o intelectual. Su mensaje debe conllevar esas técnicas para su engranaje positivo a las grandes necesidades de un país subdesarrollado.

Por lo menos, este trabajo, critica formas empíricas y otras no recomendables sobre la apropiación ilícita de informaciones que fueron —en principio— codificadas para el medio impreso. La radio y la televisión, por derecho propio exigen técnicas y enfoques que su propia naturaleza les ha normado. Por lo tanto los informativos radiovisuales deben canalizarse en forma metodológica y correcta. E irradiarse de acuerdo a los cánones que el profesional universitario se imbuje en su preparación académica de comunicador especializado en Ciencias de la Información que conozca todas las variables claves de su aplicación, y que pueda desenvolverse óptimamente y en forma científica en los grandes medios de la comunicación colectiva: prensa, radio, TV., y cine.

En esta forma deseamos contribuir modestamente a este propósito.

EL AUTOR.

CONSIDERACIONES CRITICAS A LOS ESPACIOS INFORMATIVOS RADIOFONICOS

CAPITULO I

LAS DEFICIENCIAS: (EMPIRISMO)

La radiodifusión constituye, como se reconoce fehacientemente, un canal de comunicación colectiva caracterizada por el tipo "audio" y conocido también como radiofonía, con facetas esenciales en que predominan la rapidez y un vasto servicio.

Por estas razones, este es un poderoso medio de difusión que tiene tareas muy importantes que cumplir en cuanto a la información, a la educación y cultura, o a la simple amenidad.

En lo que se refiere a nuestra especialidad, el noticioso o el comentario radial se lanza al éter generalmente momentos después de que los hechos ocurren, o simultáneamente con ellos "desde el propio lugar del acontecimiento". Esto contribuye a poner en relieve su capacidad de hacer "participar" a enormes audiencias.

Pero, para el cumplimiento de estos propósitos informativos, la radio debe contar con una planta de personal del Departamento Periodístico Radiofónico que cubra en forma positiva las funciones a su cargo y los propósitos y postulados que dan su propia personalidad a las formas de la noticia radiada.

Lamentablemente, desde muchos años atrás, quizás desde el comienzo remoto del Periodismo Radiofónico peruano —a principios de los años 30— se ha venido arrastrando una serie de deficiencias y problemas en los espacios informativos radiales. Estas deficiencias son quizás, comunes a la Radio y a la Televisión. Aunque en muchos aspectos, son más graves en radio por razones muy claras y comprensibles y que señalaremos a continuación. De esta manera, tratamos de establecer los diferentes aspectos en que nuestro sistema periodístico hablado acusa imperfecciones, tanto en el presente capítulo como en el siguiente, en que incidimos en un mal endémico en el periodismo radiofónico, cual es el plagio.

En cuanto al primer aspecto de las consideraciones críticas, señalamos los puntos siguientes:

a) DE PERSONAL

Un Departamento Periodístico de una emisora radial debe estar integrado por un personal adecuado en su número y calidad. Generalmente se considera:

- 1.— Un director del noticiero o programa
- 2.— Un redactor
- 3.— Un publicista
- 4.— Un locutor

Esto es lo ideal. Y probablemente sólo está permitido por el presupuesto de una emisora muy poderosa o una cadena grande. Pero, en nuestro medio, y en muchas partes de América Latina, las emisoras de radio tienen el personal mucho más reducido que el de los diarios. Generalmente, una sola persona desempeña todas las funciones para obtener, escribir y adecuar la información. Además, se acostumbra que desempeñen otras labores como locutor, vendedor o anunciador de avisos comerciales.

La razón más poderosa para este déficit de personal es de índole esencialmente económica. Los ingresos para el personal de planta de los noticieros o espacios informativos se obtienen de los anuncios que se propalan en esos programas. Y estos anuncios están sujetos al precio de la oferta y la demanda que señala la mayor o menor sintonía de la emisora o del espacio informativo. Es algo parecido a lo que acontece con la tarifa de los avisos de los periódicos. El anunciante, en este caso, paga en proporción al número de escuchas. En el periódico se abona más por colocar un aviso en un órgano más leído o de mayor tiraje. En radio, el número de radioyentes determina la popularidad de los programas que la emisora trasmite en su programación total del día y el alcance o potencia de sus ondas en cubrir la zona local, la región o toda la república.

Pero, en nuestro medio, los espacios informativos siempre han constituido el “pariente pobre” ya que los propietarios de las radios siempre han cicateado las facilidades para el mejor desempeño de la labor periodística, con el criterio equivocado de que con una sola per-

sona se puede cubrir espacios informativos que prestan tan extensos servicios a tan grandes colectividades como la ciudad-capital de Lima, que alcanza una población cercana a los tres millones de habitantes.

Creemos que sea imposible, o por lo menos una labor venida a menos, el de informar por radio a través de una emisora potente, por medio de espacios a cargo de una sola persona. La actual técnica comprende una serie de especialistas:

- 1.— Un periodista-locutor que narre el suceso y trasmita desde el propio lugar de los hechos, ya sea por unidad móvil, por teléfono o por walkie-talkie.
- 2.— Un redactor en los estudios, que reciba y adecue la información recibida. Redacte, comente, editorialice.
- 3.— Un productor-editor de programas informativos: entrevistas, interpretación de la noticia, comentarios, transmisiones a control remoto, grabaciones, discos, etc. Parte técnica.
- 4.— Un director general, coordinador de los programas.
- 5.— Locutores especializados.

b) DE PREPARACION PROFESIONAL IDONEA

Es innegable la alta potencia informativa, de persuasión, educativa y de formación de la Opinión Pública que tiene el medio de comunicación a través de la onda hertziana, o sea lo que llamamos el Periodismo Electrónico.

También es digno de remarcar que, por falta de una orientación plena hacia el desarrollo, este importante medio es utilizado actualmente sobre todo con propósitos comerciales y de entretenimiento popular. Pero, diversas investigaciones en varias partes del mundo demuestran que tiene una eficacia formidable en mantener informada a una colectividad, ser partícipe de ella, comunicar e informar en asuntos comunales, contribuir a la educación y la cultura, al esclarecimiento de cuestiones públicas, etc.

Pero, para cumplir positivamente con esta tarea es necesario que el personal de un Departamento Informativo de la Emisora sea idóneo. Sus miembros deben ser profesionales competentes, capaces de dirigir y orientar todo un sistema de información moderna a través del más nuevo de los medios técnicos. Porque el elemento radiofónico

tiene su propia personalidad y sus propios canales para llevar positivamente el mensaje a sus receptores en la forma más óptima: entendimiento, comprensión, comunicación de retorno, (feedback), empatía.

El profesional que desempeña labores periodísticas radiales o de Televisión, es ante todo un Comunicador Profesional, especializado en Radiofonía o Televisión, cuya labor no puede ser desempeñada por cualquier persona que exhiba un poco de sentido común o que le guste redactar o sea aficionado a disertar o a escribir en sus ratos de ocio. No es una cuestión de aficionados o diletantes. Y es obvio que la preparación profesional aumente significativamente la posibilidad de que se alcance el objetivo de la mejor manera posible.

La labor de informar, comunicar, transmitir un gran bagaje de información seleccionada a través de la onda hertziana, es de una gran responsabilidad, ya que va a incidir sobre millones de auditores. Estos mensajes pueden cambiar su mentalidad, persuadirles en muchas de sus creencias, hacerles adoptar nuevos hábitos, ideas y prácticas. Y esto no lo debe ejercer un simple aficionado.

Por ello, los principales centros académicos investigan la Comunicación Colectiva y preconizan los estudios profesionales regulares en Universidades o Centros Superiores para Periodistas Profesionales, en donde se imparta la especialidad de Periodismo Electrónico, Radial y Televisado. Actualmente la mayoría de Universidades y Centros docentes de Periodismo del Perú cuentan con las cátedras respectivas. Y esto es lo aconsejable y lo que indican nuestras necesidades para el desarrollo integral del país: profesionales idóneos y conscientes de cómo contribuir a la mejor información para este ansiado desarrollo.

c) LA IMPROVISACION

El cambio cultural y social es demasiado importante para dejarlo en manos de improvisados. Y en este cambio, gran responsabilidad adquiere el Comunicador Profesional moderno, que se prepara específicamente para esta tarea estudiando a nivel universitario las ramas de su especialidad, dentro de las Ciencias Sociales, y las diversas ramas del Periodismo, como el Radifónico y de Televisión.

De esta manera, el Periodista Profesional enfrenta la tarea de

informar, persuadir e instruir, no solamente con un concepto ético, humanista y preconizador del desarrollo, sino con una formación sólida que le permite aislar las variables de cualquier problema de cambio humano, y atacarlas con todos los recursos que la ciencia pone a su alcance.

Si nos atenemos a observar lo que actualmente acontece en las emisoras peruanas en el aspecto informativo, llegaremos a conclusiones no muy halagadoras, ya que no se cumplen los cánones que deben regir y orientar la información radiodifundida. Sabemos, en primer lugar, que la noticia radial o el bagaje informativo tiene canales propios para su redacción, para la selección del material, para sus reglas de estilo, para el ordenamiento de trasmisión, para el criterio periodístico que da el orden de prioridad en la importancia de la noticia. Pero, lamentablemente, en la mayoría de nuestras emisoras radiales, los programas noticiosos no tienen el personal idóneo para esta labor. Aquí campea la más grande improvisación. El periodista profesional graduado brilla por su ausencia. Generalmente el "encargado" es un aficionado con ciertas nociones, más o menos regulares, adquiridas en condiciones empíricas, sin ningún fundamento científico o académico.

Gran parte de la culpa la tiene el propietario de la emisora que generalmente cuida la economía de su negocio. Porque un periodista profesional debe de cobrar un sueldo acorde con sus estudios y su nivel social. Esta improvisación se refleja en diversos aspectos del contenido informativo de la emisora como: noticiosos, comentarios, entrevistas, trasmisiones a control remoto, grabaciones, con unidad móvil, etc. que no obedecen a las técnicas modernas ni a los factores positivos que exige el conocimiento de los públicos, la transmisión de los mensajes, los esquemas básicos de la comunicación colectiva a través de sus diversos canales, las formas de comunicación de retorno, las técnicas del periodismo radiofónico y televisado, las formas más positivas de llevar los mensajes, la adecuación morfológica, sicología y sociología de la comunicación, etc.

Toda esta falta de conocimiento científico y técnico se refleja en una distorsión de la información radiodifundida o televisada, que no alcanza sus objetivos plenamente y da lugar a una serie de vicios, por causa del empirismo que señalamos.

Estos resultados negativos se reflejan en el incumplimiento de

las normas en la redacción, la producción, la edición, la lectura de la información y el abuso de la publicidad. Igualmente, en ese “cáncer” del periodismo radial y de TV., cual es el plagio de las fuentes de información, generalmente extraído de los diarios, de lo que nos ocuparemos detenidamente en el capítulo subsiguiente.

d) FALTA DE OBSERVACION Y CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS Y TECNICAS RADIOFONICAS

- La redacción
- La producción
- La edición
- La lectura de la información.

1— LA REDACCION

El periodismo electrónico, por radio y televisión, es el más joven miembro de la familia de los medios de comunicación colectiva, pero es innegable que su importancia ha ido creciendo inconteniblemente a través de los últimos años, crece en la actualidad y seguirá haciéndolo en el futuro. Estamos seguros que cada año se presentan mayores oportunidades, para los egresados de las Escuelas de Periodismo, en trabajar en informativos de radio y televisión.

Pero, en la actualidad, el panorama que ofrece la información radiodifundida en sus diversos programas no es grata en sus apreciaciones, pues no corresponde a un planteamiento sistemático ni lo que requiere el profesional especializado. En ocasiones anteriores hemos puntualizado la falta de personal idóneo, la deficiencia de preparación profesional, la improvisación. Ahora incidiremos en el incumplimiento de los requisitos fundamentales que rigen a la noticia radial o de TV. Sobre todo en las emisoras de radio, por causas que colegimos se deban a factores esencialmente económicos. Más bien, en las estaciones de TV. se han creado, en las más poderosas económicamente, departamentos periodísticos con personal más numeroso de redactores, editores, productores, camarógrafos, técnicos, etc. Pero, esta es la excepción y no la regla.

Recordemos que todos, o la mayoría en la colectividad, escuchamos noticias por radio y TV., diariamente. Y debido a nuestros conocimientos podemos apreciar la calidad de la información. De esta ma-

nera, hemos observado que gran número de emisoras transmite información que no es exacta ni oportuna. Muchas veces está redactada sin cuidado y no es de última hora. De inmediato, podemos darnos cuenta que el “periodista” de esta emisora no conoce la mejor técnica de la información electrónica. Que puede ser un simple aficionado o un empírico. Y es en este punto, que debemos recordar que más y más personas escuchan las noticias por radio y la TV. cada día. Ya sea en las ciudades, en el campo y en la selva. Digamos también que el transistor ha abierto un nuevo mundo para millones de personas que aumentan así sus posibilidades de estar informados, aún sin tener conocimientos elementales de instrucción. Se escucha la radio en el automóvil o la TV. en casa. Algunos no saben leer ni escribir, pero escuchan y comprenden perfectamente la comunicación transmitida por las ondas hertzianas. Y muchos millones dependen de la radio —o la TV— para obtener información, educación y entretenimiento.

Por todo ello, las grandes fallas de los noticiosos actuales que se transmiten en nuestro país son, principalmente su falta de adecuación a las normas y técnicas que regulan la información radiodifundida. Recordemos, que existen diferencias muy importantes en el trato de la noticia radial con respecto a la noticia impresa, tanto en su redacción y reglas de estilo. Uno de estos aspectos principales de la noticia radial es el de su esencial **actualidad**. En la radio se transmiten noticias “del momento”, en cualquier instante, en cuanto lleguen, de inmediato.

Por ello, se habla en tiempo presente. O se actualiza o se le da el aspecto nuevo. Es así que una de las grandes fallas de las informaciones actuales es precisamente la falta de centrar la noticia con esa característica propia de la “inmediatez”, o sea su velocidad o rapidez en su transmisión. Ventaja innegable con el medio impreso. No se explota este aspecto de informar “ahora mismo”. Mas bien recurren a fuentes impresas —plagio— o material obsoleto. Las fuentes deben ser propias, o en su defecto la redacción debe tomar sesgos nuevos. Es el aspecto diferente de una misma noticia, dentro de los cánones radiofónicos, con los recursos del Periodismo Electrónico como el “**Pretérito Perfecto de Indicativo**”. Muchas veces, la radio o TV. nacionales no aprovecha de informar inmediatamente de un acontecimiento, teniendo a mano recursos como el teléfono, el walkie-talkie. De esta manera podemos dar noticias frescas y del momento, utilizando esta gran ventaja de la radio. En nuestro medio no se aprovecha estos

elementos, ya que se adelantaría en muchas horas o hasta el día siguiente, antes de leer la misma noticia en los periódicos.

Tampoco se tiene en cuenta que la información por onda radial causa excitación o impresión en sus reportajes o entrevistas. Sabemos que es valiosa la grabadora o cinta magnetofónica para recoger impresiones, conceptos o narraciones. Igualmente la cámara cinematográfica o de video tape para recoger la información en imágenes. Pero, es lamentable la falta de criterio de los actuales encargados de informativos o noticiosos de no presentar estos recursos máximos de crédito sonoro o de las imágenes que "hablan por sí solos" dando real participación al auditor. Este siente verdadera excitación o "presencia" en el hecho que se le trasmite. En nuestro medio, es excepcional la presentación de este tipo de recursos que aconseja la más elemental técnica radiofónica. Igualmente, las llamadas transmisiones "vivas" o desde el propio lugar de los acontecimientos.

También, observamos que no se cumple las normas al seleccionar el material informativo. Generalmente, se da lectura a los cables que transmiten las agencias noticiosas extranjeras tal cual llegan, y en cualquier número, sin seleccionarlas cuidadosamente por intermedio de factores o elementos que aconseja el criterio periodístico. No hay orden de prioridad según la técnica, la práctica y la experiencia a la vez que los conocimientos adquiridos sobre el valor, importancia y estudio de la noticia. En los noticiarios actuales no conocen las reglas necesarias para seleccionar únicamente los acontecimientos significativos que tienen un valor propio. No se desecha los sucesos poco importantes. No existe ni por asomo el criterio periodístico adquirido por adiestramiento y experiencia. Y tampoco se determina correctamente lo que es importante.

Se nota también que las personas encargadas de los informativos no tienen en cuenta que las noticias radiodifundidas deben ser comprendidas fácilmente por personas de todas las edades y de diferentes capacidades de entendimiento. Que debe ser sencilla y ser captada fácilmente. Por eso, remarcamos que la mayoría sólo da lectura a los cables tal cual llegan al teletipo. No toman en cuenta que la noticia debe ser tratada por un periodista idóneo que tenga preparación, conocimientos y experiencia para que reciba el cable con el más complicado e intrincado problema mundial, y lo pueda adecuar a una redacción radial con un lenguaje sencillo que comprendan todos

los auditores, desde un obrero a un intelectual. Para eso, hemos expuesto los métodos de redacción especiales para el periodismo radial, ya que aquí el oyente no tiene ocasión de preguntar o volver a leer hasta entender, como en el impreso.

2.— LA PRODUCCION

En cuanto al llamado “montaje” de los programas informativos en radio y TV., es regla general la falta de un planeamiento técnico en la edición, producción, emisión o irradiación en forma programada y sujeta a una técnica, en conexión directa con el factor tiempo, que es el elemento esencial al que se norma todo el trabajo en la radio y TV.

Los elementos básicos humanos en el Periodismo Electrónico Radial son: la voz, la música y los sonidos, adicionados en la televisión con el poderoso factor visual de la imagen que da una nueva tónica a la técnica de redacción, o complementa la del periodismo radiofónico.

En nuestro medio no se sigue, pues, los postulados del estudio, ensayo y planeamiento del Montaje en su verdadera proyección para el éxito de los programas informativos. Generalmente, se trabaja en un ambiente pleno de improvisación o lo que popularmente se conoce con la denominación de “a la criolla”. Por lo tanto, es necesario insistir en el cumplimiento de una programación regular en los montajes, tanto de radio como en TV.

Es así que extrañamos que en la radiodifusión nacional no se cumpla los postulados elementales con respecto al guión, o sea la parte física de la redacción, con su estilo peculiar para cada medio, sea radio o televisión. Igualmente, en lo que respecta a las funciones de la música en la radiofonía como a los efectos de sonidos. Parece que no se da importancia a la música como elemento utilísimo a disposición del periodista de radio o TV., y sus numerosas funciones para: fijación de la escena, fijación del estado de ánimo, música de fondo, música como complemento o música como puente.

Para evitar la confusión que se puede producir con los diferentes elementos que intervienen en el montaje, es preciso conservar separadas las diversas partes de la “escena”. Porque el montaje es

un efecto “simbólico” de hechos realistas que informamos. De tal manera, que el guión o libreto sean redactados en tal forma que se coordine bien la acción de los actores, escritores, técnicos, sonidistas, camarógrafos, productores, coordinadores, etc. Muchas veces, también, el montaje amplía este simbolismo recogiendo los sonidos y ampliándolos con música.

Estos elementos, las palabras y la música, intervienen en la producción del montaje, conjuntamente con los efectos sonoros, pero necesitan una verdadera sincronización antes de su irradiación. Esto se logra con el ensayo, el cronometraje, y la coordinación, lo mismo que la buena redacción del guión o libreto, con indicaciones claras y exhaustivas con respecto al material a emplear, el tiempo, etc.

En cuanto a este trabajo en TV., fuera de dos emisoras de gran potencia económica que cuentan con personal capacitado y en buen número, el resto adolece de numerosas fallas en los espacios informativos en lo que respecta a la adecuación del material noticioso en forma especial bajo las normas y estilo que requiere el medio televisado. Igualmente, se nota fallas clamorosas en el personal y la coordinación de los distintos sectores que deben engranarse en forma “cuasi” perfecta, ya que está destinada a la visión de millares de televidentes que son potencialmente críticos de cualquier falla o ejecución irregular el desenvolvimiento del trabajo periodístico. “El mejor crítico es el público”, es una verdad innegable.

3.— LA EDICION

Generalmente, no se toma en cuenta esta sincronización entre las diferentes secciones comenzando por el Departamento de Prensa en donde se concentran los datos, informes, entrevistas, etc. Bajo su dirección estarán periodistas, comentaristas, reporteros, camarógrafos, laboratoristas, archiveros, y un equipo de calculistas especializados. El jefe de esta sección es el responsable principal de toda la trasmisión, ya que el material que proporciona será utilizado por el Departamento Técnico para su irradiación.

También interviene el Coordinador General, que es nexo entre la producción periodística y la ejecución técnica, asesorado por los encargados de la parte artística y comercial. Igual el Departamento de Personal, para las trasmisiones regulares y las extraordinarias.

Parte importante toca al Productor, que tiene a su cargo la coordinación técnica, o sea el manejo de los monitores y aparatos electrónicos que llevan hasta la pantalla de TV. las imágenes y sonidos de los programas informativos. El productor es el responsable de transmitir el material proporcionado por los periodistas: guiones, libretos, video tapes, películas, efectos sonoros. Y él dirige a los locutores en el estudio y a los coordinadores. Igualmente, parte importante debe darse a los efectos decorativos, a la iluminación y al local del departamento noticioso, en donde han de instalarse teletipos para la información del exterior, un archivador del material fotográfico y una filmoteca y archivo de video-cintas.

En la edición y producción del periodismo radiofónico se debe recordar constantemente que el sonido, a través de un guión o libretto, no es algo que pueda ponerse a capricho sino que los efectos sonoros constituyen el "Decorado Sonoro". Es lo mismo que acontece con los movimientos de la cámara en la Televisión o en el cine, que representan en la mayoría de las veces acciones psicológicas o estados espirituales.

4.— LA LECTURA DE LA INFORMACION

Una deficiencia notoria en nuestro medio es el de la lectura de la información radiada que también presenta a personal improvisado y no idóneo.

El narrador de noticias o de acontecimientos debe estar perfectamente capacitado para lanzarlas al éter en los diferentes tipos de programas en este campo. Cada uno de ellos tiene un diferente ritmo, conjuntamente con precisión, claridad y modulación, a la vez que las inflexiones de la voz.

Esta diferencia se nota claramente en nuestra radiodifusión, ya que los encargados leen monótonamente, sin distinguir las inflexiones de los programas que pueden ser:

1.— El Noticiero, que es el resumen de cinco minutos, o más, en forma dinámica, vibrante, de gran rapidez panorámica para reflejar el acontecer local, nacional y mundial.

2.— Programa de antecedentes e interpretación de noticias. Pue-

de ser una simple exposición de hechos por un comentarista o establecerse mediante una Mesa Redonda, una entrevista o un detallado documental .

3.— Programas que brindan información a grupos cuyo interés es tanto general como especial. Informan sobre una o más materias. Por ejemplo: eventos deportivos, del hogar, femeninos, y los que equivalen a las columnas de los periódicos. Así hemos visto mensajes del Presidente de la República, partidos de fútbol Vía Satélite, desfiles militares y escolares, etc. De esta manera, ningún otro medio informativo puede superar al periodismo electrónico. Y éste ha obligado a los periódicos a esforzarse a brindar la mejor presentación y forma de su contenido.

Por estas razones el locutor, narrador o moderador de programas informativos, en radio o TV., debe cumplir requisitos y ciertas cualidades como:

Buena voz y microfónica (condición sine quanon); enunciación clara, pronunciación sin peculiaridades dialectales ni locales. Facultad de leer bien. Suficientes conocimientos de idiomas extranjeros para pronunciar bien nombres de personas, lugares, etc. Conocimientos de historia musical, de composición y grandes compositores. Leer e interpretar poesía. Facilidad para el discurso improvisado. Facilidad para la lectura a primera vista. Aptitud de vendedor en la lectura de temas comerciales (énfasis, empatía). Capacidad para dominar los detalles técnicos para manejar la producción informativa, y poseer educación superior.

La voz hablada frente al micrófono requiere una técnica especial que es susceptible de preparación y aprendizaje. Es así que el aire debe ser tomado en forma suave y silenciosa. Mientras que, en muchas radios nacionales, se escucha fuertes ruidos por descuido en este detalle. La emisión de la voz debe ser hacia adelante con una articulación vocal clara y exagerada. Esta exageración es para ciertos sonidos fonéticos que a través del micrófono y las ondas herztianas se pierdan cuando no se remarcan en su pronunciación. La tonalidad adecuada es la gama media y la dicción debe ser matizada, recalcando las finales de la frase y las últimas sílabas de la palabra. La dicción es parte importantísima de un profesional del micrófono y su mejor arma en el desempeño de su labor informativa.

e) EL ABUSO DE LA PUBLICIDAD

Un grave aspecto negativo en los programas informativos —y de todos los programas radiales y de TV— de nuestro país, es el abuso de los avisos o anuncios comerciales. Desde hace muchos años ha ido aumentando el número de éstos, lo que últimamente constituye una verdadera plaga, ya que no obedece a un planeamiento o programación racional. Y hasta este momento, no hay ninguna dependencia oficial que controle el número de los avisos, que deben ser fijados en un número adecuado al programa, o a los programas transmitidos en 60 minutos. En otros países el control se efectúa desde hace mucho tiempo, con un mínimo y máximo de avisos en una hora.

En radio, los avisos deben tener ciertas características para llegar positivamente al oyente. Deben ser breves, o sea emplear pocas palabras. La técnica de publicidad radial se basa en la memoria, en la comprensión y la atención del oyente. Por ello, los avisos deben ser cortos, para que el radioescucha no disperse su atención. Los avisos pueden ser leídos, dialogados, acompañados con música, o con sonidos. Así tenemos el “spot” o cuña, o el jingle (cantado).

Para crear y conservar cierto nivel de buen gusto en los programas, debe de observarse una serie de principios para dosificar el tiempo o la cantidad de publicidad radiofónica en cierto tiempo de transmisión, tomando como unidad a los diferentes programas. (Según Tabla-Modelo adjunta) .

Esta sería la pauta a observarse, en contraposición del desorden, abuso y falta de planeamiento de la situación actual, en donde es obvio que la cantidad de publicidad es superflúa y muchas veces desesperante.

TABLA DE TIEMPO DE MENSAJES COMERCIALES

DURANTE LAS HORAS DEL DIA	TIEMPO MAXIMO
Programas de 15 minutos	3 minutos 15 segundos
Programas de 15 minutos	4 minutos 30 segundos
Programas de 60 minutos	9 minutos 00 segundos

DURANTE LA NOCHE	TIEMPO MAXIMO
Programas de 15 minutos	2 minutos 30 segundos
Programas de 30 minutos	3 minutos 00 segundos
Programas de 60 minutos	6 minutos 00 segundos

CAPITULO II

EL PLAGIO DE LAS FUENTES DE INFORMACION

A) El plagio textual del material informativo de los diarios y otros medios.

En primer término, debemos considerar que el periodismo radial es una forma moderna de comunicación colectiva diferente al periodismo impreso. Este matiz diferencial se encuentra en ciertas características propias del periodismo electrónico dadas por elementos que señalan su propia personalidad, como las señaladas por la audiencia de los medios audiovisuales, que en el aspecto psicológico está dirigido mayormente hacia el entretenimiento y después a la información.

Igualmente, debemos hacer hincapié en que la radio se dirige a públicos de nivel cultural muy heterogéneos, alcanzando estratos que generalmente nunca llega el periodismo impreso. Como por ejemplo: la gran masa de analfabetos, que en nuestro país alcanza una cifra muy grande en su porcentaje. Gran cantidad de estas personas pueden vivir informados debido a la radiofonía, y a la facilidad de adquisición de los radios a transistores. De esta manera, la radio puede comunicarse con gente que no posee la capacidad o educación indispensable para leer o interpretar noticias impresas.

Por tales razones, la información radiodifundida tiene sus pro-

pios cánones para su redacción, sus reglas de estilo, sus normas de presentación y despedida, el factor tiempo, la técnica de su edición y producción. Una de sus diferencias más saltantes con la noticia impresa es su condición de "Inmediatez" o sea que el público puede recibirla en el mismo instante del suceso o del acontecimiento. Es el factor "inmediato" que no posee lo impreso, que requiere de una técnica costosa y de mucho tiempo para las ediciones. Es la transmisión informativa a 300 mil kilómetros por segundo.

Debemos agregar que la noticia radial tiene mayor **calidad humana**, debido al uso de la palabra, a la música o al sonido, que se traduce en las emociones del periodista radial en la exposición de sus informaciones, dando a los radioescuchas la sensación de "participar" en el propio suceso. Este aspecto no se encuentra nunca en el periodismo impreso. Por ejemplo, en el relato de naufragos en una odisea de varios días en el mar, perdidos sin alimentos ni agua, salvados milagrosamente, contándole su peripecia al reportero. La entrevista tiene sabores e impresiones que causan excitación y emociones humanas. La reacción es inmediata y tangible. Igual, cuando se escucha y corea un gol nacional en un partido de fútbol transmitido Vía Satélite.

Además, las noticias radiales y la información por onda hertziana, tiene como característica la brevedad, ya que sus mensajes van sintentizados en pocas palabras. Esto, en contraposición de lo que sucede en el medio impreso —sobre todo en el diario— en donde hay grandes espacios para ampliar la noticia, según el mayor interés del lector.

Por todos estos antecedentes, la información transmitida en Lima a través de los informativos y espacios noticiosos que detallamos a continuación, no obedecen a estas características ni se respetan sus cualidades, ni se trata de aprovechar sus ventajas claramente expuestas anteriormente. Porque en la mayoría de ellos, no se hace mas que leer textualmente los diarios matutinos o vespertinos que en buen número se publican en la capital. Esta es su principal fuente, sin mayor adecuación en su forma y mensaje que debe obedecer a los cánones radiales. O sea que la mayoría de espacios o programas informativos, se circunscribe al "encargado" de marcar las noticias que, según su propio criterio, debe leerse ante los micrófonos. Se calcula, más o menos, el número o la cantidad del material no-

ticioso y a esto se limita en la forma más empírica la edición del informativo. Las noticias, por lo tanto, ya no son de plena **actualidad**. Son del día anterior en que se editó el diario. Así no se cumple con el auditorio de transmitirle las noticias de última hora. Y generalmente, las noticias publicadas en el periódico de la mañana (que son redactadas en el día o la noche anterior) ya son antiguas. Y sin embargo en las radios, al día siguiente son leídas en los noticieros de las primeras horas de la mañana y durante las horas subsiguientes hasta el mediodía en que aparecen los diarios de esa hora... y comienza nuevamente la cadena.

Por eso, estas noticias que son extraídas textualmente, sin ningún cambio (SIC) insertan las frases o palabras clásicas del periodismo impreso como “ayer”, “anoche”, o “hace algunos días”, o también el empleo de “hoy”, una palabra que se repite muchísimas veces. “Hoy” se inaugura un monumento. “Hoy” viaja el Ministro. “Hoy” se celebra, etc. En la radiofonía hay muchos recursos para evitar esta monotonía, y adecuar el mensaje al oyente. Existe el presente de indicativo, las frases de transición, el pretérito perfecto de indicativo, el aspecto nuevo que se puede dar a una información importante que se trasmite en la mañana y que ha llegado tarde, en la noche anterior.

Igualmente, no se puede dar lectura a cables del teletipo que son transmitidos para la prensa. Antiguamente se adecuaba a la radio. Y hoy, se trasmite ya información por teletipo especial para información radial.

De un estudio reciente, (1) sobre el Periodismo Radial en Lima, investigador de radioinformativos, se encontró que existen 34 emisoras —en el momento de esa encuesta—. Se estudió 20 emisoras que cuentan con Radioperiódicos, analizándose su contenido y su aspecto Morfológico, de Contenido y del Origen de la información.

De cada una de las emisoras de la muestra, se estudió tres Radioperiódicos por día: uno por la mañana, uno por la tarde y otro por

(1) **Moisés Arroyo. El Periodismo Radial. Universidad Católica. Escuela de Periodismo. Lima, 1971.**

la noche. Se tomó en cuenta sólo los informativos de 15 o más minutos de duración.

Los resultados son sumamente interesantes, demostrándose que existen nueve radioemisoras que no cuentan con espacios informativos. Entre sus conclusiones, podemos mencionar las siguientes:

- a) Existen en Lima más de 20 Radioperiódicos, que llevan la información 3 o más veces al día al público radioyente en forma rápida y muchas veces directamente desde el propio lugar del suceso.
- b) Los informativos estudiados, igual que el periodismo impreso, dedican un mayor porcentaje de noticias a las de Lima sobre las de Provincias, destacando Radio Panamericana.
- c) El Radioperiodismo, en el campo del periodismo de opinión puede llegar a un vasto sector del público, contribuyendo a formar corrientes de opinión, cuya naturaleza y alcance habría que investigar más profundamente.
- d) El periodismo radial —igual que el impreso— da mayor importancia a las informaciones del extranjero, cuyo porcentaje llega casi al 40% del total de las informaciones propaladas.
- e) La radio da mayor información sobre América Latina que los diarios, con el 53% del volumen conjuntamente con Asia, Africa y Oceanía, contra sólo 45% del periodismo impreso en este mismo terreno.
- f) La radiofonía empleó el 20% de sus informaciones a noticias de carácter político, ya sean noticias o comentarios.
- g) El Radioperiódico no mantiene la misma proporción entre espacio de redacción y publicidad del periodismo impreso.

— — —

El plagio es pues una regla en nuestro medio, antes que una excepción, apoderándose las radioemisoras del material informativo de los diarios sin ninguna discriminación y sin escrúpulos, a pesar de las protestas de los medios impresos que en varias oportunidades se han hecho sentir, ya que atentan contra la propiedad intelectual y la ética profesional, además de que constituye prácticamente una forma de delito, al apropiarse del trabajo de otros, en la forma más fácil y descarada.

Al respecto, quizás en los principios remotos de la radiotelefonía —como se observa en la Historia de la Radiodifusión, como un paso natural de los primeros años del Periodismo Radial— se presentó el fenómeno de que los Departamentos Informativos estuvieran a cargo de personas improvisadas y no idóneas, y que el material fuera esencialmente plagiado textualmente de los diarios. Pero, la radiodifusión ya cumplió cincuenta años. Ahora, ya cuenta con servicios propios de cables, teletipo, redactores especializados, personal ad-hoc, transmisiones Vía Satélite, etc.

En los tiempos presentes ya no se concibe el plagio textual de los diarios, sino como una muestra obsoleta de desconocimiento y empirismo del Periodismo Radial en todo lo positivo y amplio que tiene para cumplir sus postulados al servicio de la colectividad.

B) EL PLAGIO PARCIAL (“VOLTEO”) DE LA INFORMACION DE LOS DIARIOS O DE OTROS MEDIOS

En muchas oportunidades, en las radioemisoras o estaciones de TV., su material informativo es tomado mayormente de otros medios, por ejemplo de los diarios, pero en el Departamento de Prensa los encargados de los Noticiarios realizan un plagio parcial o “Volteo” de la información, cambiando los términos de la redacción solamente, pero no en su esencia con respecto a las características propias que identifican y personalizan a las noticias por radio y televisión.

Esta es una forma muy usada en el periodismo en general, para dar nueva forma a la comunicación, según el medio de que se trate. Pero, generalmente es sólo un trato morfológico, cuando es el “Volteo” tradicional del diario. Lo que debe tomar nuevos canales, es el estilo propio de redacción, en sus normas de rapidez e inmediatez, que distinguen a la información radiodifundida. Esta debe ser propia, y si algunos casos se aconseja revisar el material impreso, debe hacerse sólo como referencia a su contenido y los asuntos que interesan a la colectividad. El periodista de radio y TV., debe estar atento a lo que publican los periódicos, porque puede traer algún asunto que no ha enfocado, y darle la pauta para su propia indagación, investigación y esclarecimiento de la verdad, para el conocimiento de la opinión pública.

En muchos casos, el “Volteo” sólo es aconsejable, cuando se

recibe comunicados, invitaciones o 'release of press', generalmente a mimeógrafo, o sea enviados con una sola redacción a todos los medios.

C) LA FALTA DE ETICA EN EL PLAGIO Y EN EL USO DEL NO SEÑALAMIENTO DE LAS FUENTES DE INFORMACION.

Probablemente, una de las razones que produce el plagio y el "Volteo" en forma irregular, es la falta de estudio y conexión con las fuentes de información que deben abastecer de material informativo a la radio o estación de TV. La consecuencia es directa en la falta de actualidad de sus noticiarios. Y la costumbre se hace ley, por el menor esfuerzo que representa el leer directamente las noticias de los diarios. Por lo que la falta de fuentes de información es consecuencia directa y culpa de ellos mismos.

Por tales razones, nunca los espacios noticiosos que plagian se refieren o acreditan a sus fuentes de información. Sería imposible que ellos citasen el órgano de donde toman textualmente el bagaje informativo. Sería aceptar tácitamente una modalidad inmoral o falta de ética profesional, al apoderarse en forma piratesca del trabajo intelectual y material de otros y lanzarlas por el éter como si fueran suyas. Esto no es ético ni recomendable y va, inclusive, contra principios que norman el trabajo profesional, ya que al plagiar se está quitando el trabajo a un periodista profesional o a un grupo de expertos en comunicación radial. Inclusive, el medio electrónico debe tener sus propios espacios editoriales. O sea que la opinión de las radioemisoras y estaciones de TV. sean conocidas por la colectividad, sobre asuntos de interés para ella y de esta manera se muestre, se opine, se ponga en el tapete evidencias y aclaraciones, se emita sugerencias y al final se dicte recomendaciones que van a coadyuvar al desarrollo comunal.

Cuando el periodismo radial y de TV. es honesto, no tiene ningún temor de mencionar sus fuentes de información. Sean propios o ajenos. Inclusive si ha sido tomado de algún otro órgano de expresión sea impreso o de la competencia. Esto es lo ético. Y se debe hacer siempre. Pero, creemos que se logre llegar a este punto, cuando los programas informativos estén a cargo de personal e idóneo, con preparación académica, graduado. Que conozca y respete los principios que indica la Deontología de la profesión y las normas que re-

gulan sus actividades en forma limpia, honesta y que propenden hacia el respeto mutuo de las personas, de sus derechos; y de lo que verdaderamente representan sus centros de trabajo y la importancia de las fuentes de información.

D) FORMAS DE ACTUACION ACEPTABLES

El plagio debe ser desterrado totalmente de nuestras actividades informativas. Para ello, el periodista de radio debe programar métodos de obtención de su material noticioso. En primer lugar, de la información local. La mayoría prefiere noticias de su propia colectividad. Y muchas encuestas afirman en este sentido esta opinión.

El periodista electrónico debe encontrar la noticia antes que aparezca en los diarios, o antes que sea transmitida por las otras emisoras. Esta es una labor difícil por lo reducido del personal, que demanda mucho sacrificio, ideas, audacia y sagacidad. Por ello, generalmente tiene dos grandes aliados: el teléfono y sus amigos, que son sus mejores corresponsales, en diferentes partes de la ciudad.

De esta manera, obtiene noticias policiales, o de gobierno, bomberos, hospitales, comerciantes, escuelas y universidades, hoteles, agencias de turismo, etc. Debe portar siempre esa gran compañera que es la grabadora, para sus entrevistas. Igualmente, en la TV. su cámara de película o de video tape. Debe estar preparado para informar acerca de lo que ve mientras recorre la ciudad.

El éxito dependerá de su capacidad e iniciativa, pero debe tener en cuenta:

- a) Confianza en sus fuentes de información.
- b) Buena voluntad de las personas con quien se tiene contacto.

Para la obtención de las noticias, existen elementos a emplear como ayudas y fuentes de la información. Entre ellos, citaremos:

- 1) Comunicados de prensa remitidos por agencias de publicidad, de Relaciones Públicas, entidades gubernamentales, entidades privadas, etc. Deben ser examinados exhaustivamente en búsqueda de

algún ángulo informativo o que conduzca a un hilo noticioso. Algunas veces suelen incluir cintas magnetofónicas, películas o videos.

- 2) Noticias que se escuchan en otros espacios de radios competidoras y de los periódicos. Dijimos anteriormente que es una falta de ética el de “plagiar” información de otros medios, pero el periodista de radio y TV. está atento a lo que propala la competencia para encontrar algún indicio nuevo, o que se haya pasado de la nuestra. En caso de citar alguna información del competidor debe dársele el crédito correspondiente, nominando la fuente de información.
- 3) Se debe organizar un sistema de corresponsales en provincias. Generalmente pueden ser funcionarios, maestros o personas que sientan interés por los asuntos públicos. Se les paga por información enviada y difundida. Y generalmente se da mucha importancia al nombre del corresponsal, que es leído como el autor de una columna.
- 4) Información nacional e internacional del teletipo. Esta debe ser redactada nuevamente, según las reglas de estilo del periodismo radial. También puede buscarse el ángulo local dentro de la información transmitida por el teletipo, con datos o asuntos, o personas relacionadas con el ambiente local.
- 5) Archivo de Redacción. Con datos de consulta rápido, con noticias pasadas, recortes periodísticos, comunicados de prensa.
- 6) Archivo de Grabaciones Magnetofónicas. Archivo de Fotografías. Archivo de Películas. Archivo de Video Tapes.
- 7) Un radio de onda corta para sintonizar emisoras del exterior.

— — —

CONCLUSIONES

- 1) La radio y la televisión representan importantes canales técnicos de la comunicación colectiva, de gran trascendencia en el campo de la información.
- 2) El periodismo radial y de televisión, a pesar de su juventud, tiene creciente importancia cada día. Ante la prensa escrita no caben

comparaciones de superioridad o inferioridad. Todos son medios con características, ventajas y limitaciones propias.

- 3) La información por radio y televisión no ha significado la disminución del tiraje de los periódicos. Por el contrario, se observa que las noticias por medios electrónicos despiertan mayor interés para la obtención de la misma en los diarios.

Igualmente, la televisión no ha causado la desaparición de la radio. Las noticias en ambos medios se complementan y tienen sus propios públicos.

- 4) El Perú, por su configuración geográfica y por sus necesidades de país subdesarrollado, necesita un planteamiento integral de información a través de medios electrónicos, por la serie de aspectos positivos laborales de proyección informativa, educativa y cultural.
- 5) El periodismo radial y de televisión tiene, posiblemente, mayor influencia que los demás medios, incluso el impreso, porque puede llegar positivamente a un público alfabeto y analfabeto.
- 6) El periodismo electrónico se proyecta también en el campo de la opinión de grandes sectores de la colectividad. De tal manera, contribuye también a formar corrientes de opinión, de grandes alcances en la sociedad.
- 7) El periodismo por radio y televisión es el medio más rápido para transmitir información. Presenta características de inmediato e instantáneo y muchas veces trasmite desde el propio lugar de los hechos en el preciso momento que sucede el acontecimiento.
- 8) La redacción, estilo, normas y técnicas del periodismo electrónico son diferentes a las empleadas en la prensa. Esto se adecua a las características esenciales de la radio, o recursos audiovisuales en TV. propios de estos canales.
- 9) En nuestro medio estamos en la etapa del plagio de las noticias impresas que se trasmiten textualmente por radio y en algunas estaciones de televisión. Pero, ya existen Departamentos Informativos

propios en emisoras de radio y de TV., que es lo aconsejable, con personal adecuado e idóneo.

- 10) Los Centros Superiores de Enseñanza del Periodismo deben prestar la importancia que se merece al estudio, investigación y enseñanza del Periodismo Electrónico: Radial y de Televisión, con sus características fundamentales y técnicas que le presentan como un medio decisivo para el desarrollo integral del país.

— — —

BIBLIOGRAFIA

- 1) Schramm, Wilbur, PROCESO Y EFECTOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA, Quito, Ciespal, 1964.
- 2) Escuela de Periodismo, Universidad Católica, INVESTIGACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA. Lima 1969.
- 3) Wood, William A., PERIODISMO ELECTRONICO. México. Editorial Letras.
- 4) Phillip, Ault. LAS COMUNICACIONES EN EL MUNDO ACTUAL. Cali, Editorial Norma, 1967.
- 5) Newman, John F., PERIODISMO RADIOFONICO. México. Editorial Limusa, 1966.
- 6) Cazeneuve, Jean SOCIOLOGIA DE LA RADIO — TELEVISION. Buenos Aires. Editorial Paidós, 1967.
- 7) Sillers, Bob. NOTICIAS POR RADIO Y TELEVISION. México. Libreros Mexicanos, 1965.
- 8) Dumazadier, Joffre. DE LA SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION COLECTIVA A LA SOCIOLOGIA DEL DESARROLLO CULTURAL. Quito, Ciespal, 1969.
- 9) Maletzke, Gerhard. SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION COLECTIVA. Quito, Ciespal, 1970.
- 10) Canuy C., LA VOZ. Buenos Aires. Lib. Hachette, 1955.
- 11) Levine, I. E., LEE DE FOREST, PIONERO DE LA ELECTRONICA. Buenos Aires, Janés, 1965.
- 12) Arroyo Moisés, EL PERIODISMO RADIAL. Lima, Escuela de Periodismo, Universidad Católica, 1971.

- 13) CBS., *TECNICA DE LAS NOTICIAS EN TV*. México. Editorial Trillas, 1968.
- 14) Colección Ecco. *GRAMATICA DE LA PRODUCCION TV*. Madrid 1967.
- 15) Cooms, Charles. *VENTANA AL MUNDO . COMO SE PRODUCEN PROGRAMAS DE TV*. México, Uteha, 1968.
- 16) Dumazadier Joffre. *LA TELEVISION EN LA SOCIEDAD*. Quito Ciespal, 1967.
- 17) Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones. *LEY GENERAL DE TELECOMUNICACIONES*. Lima, Empresa Editora El Peruano, 1971.
- 18) Wells, Robert. *LAS MARAVILLAS DE LA COMUNICACION ELECTRONICA*. Buenos Aires, Plaza y Janés, 1966.
- 19) Hankard, Maurice. *LA RADIO Y LA TELEVISION EN EUROPA*, Quito, Ciespal, 1965.
- 20) Crouse, William. *EL MARAVILLOSO MUNDO DE LA CIENCIA*. Artes Gráficas. Buenos Aires, 1963.
- 21) Mandelbaum, Arnold. *HISTORIA DE LA ENERGIA ELECTRICA*. Buenos Aires, Plaza y Janés 1964.
- 22) Lane, Robert. Sears, David. *LA OPINION PUBLICA*. Barcelona, Editorial Fontanella, 1967.
- 23) Calvo, Manuel. *EL PERIODISMO CIENTIFICO*. Quito, Ciespal, 1965.
- 24) Ciespal. *ENSEÑANZA DEL PERIODISMO Y MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVA*. Quito, 1965.
- 25) Jaramillo, Carlos. *LA TECNICA CIBERNETICA, ENSEÑANZA PROGRAMADA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION*. Lima, Escuela de Periodismo, Universidad Católica, 1970.
- 26) García, Luis. *PERIODISMO RADIOVISUAL PROGRAMADO*. Lima Escuela de Periodismo, Universidad Católica, 1971.
- 27) Leauté, Jacques. *ETICA Y RESPONSABILIDAD DEL PERIODISTA*. Ciespal, Quito, 1966.
- 28) Nixon, Raymond. *LA OPINION PUBLICA Y EL PERIODISMO*. Quito, Ciespal, 1967.