



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

LA INFLUENCIA DE LAS RADIOS COMUNITARIAS: CASO RADIO AYABACA

Milton César Flores Córdova

Piura, Diciembre del 2006

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación



Esta obra está bajo una [licencia](#)
[Creative Commons Atribución-](#)
[NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](#)

Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura

UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN



La influencia de las radios comunitarias:
Caso Radio Ayabaca

Tesis que presenta el bachiller

MILTON CÉSAR FLORES CÓRDOVA

Para optar el Título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

PIURA – PERÚ

DICIEMBRE – 2006

A Dios, El Grande
A mi madre. ¡Que Dios la tenga en su gloria!
A mi padre que sigue la lucha conmigo
A la mujer que espero sea mi esposa
A todos los que confían en mí

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

LA RADIO COMUNITARIA	10
1.1. Orígenes de la Comunicación Comunitaria.....	11
1.2. La radio comunitaria en América Latina.....	14
1.3. Breve panorama de las radios comunitarias en Perú.....	20
1.4. Radios comunitarias en Piura.....	23

CAPÍTULO II

¿QUÉ ES UNA RADIO COMUNITARIA?	28
2.1. Concepto de Radio Comunitaria	28
2.2. Características	36
2.2.1. Educativa.....	36
2.2.2. Participativa.....	37
2.2.3. Descentralizada	38
2.2.4. Integradora.....	39
2.2.5. Inclusiva	40
2.3. La finalidad.....	42
2.4. La legalidad	44
2.5. La participación del oyente	49
2.6. Cobertura y potencia	53
2.7. Uso de equipos y nuevas tecnologías.....	55
2.8. Programación.....	58
2.9. El rol del comunicador	61
2.10. El trabajo informativo	63
2.11. El financiamiento y publicidad.....	64
2.12. Debilidades.....	67

CAPÍTULO III

RADIO AYABACA: INICIANDO LA EXPERIENCIA

COMUNITARIA	75
3.1. Breve historia radial en la provincia de Ayavaca.....	78
3.2. Historia de Radio Ayabaca.....	84
3.3. Análisis de la programación	92
3.3.1. Apertura de programación.....	94
3.3.2. “Despertar ayabaquino”	95
3.3.3. “Mañanitas variadas”	95
3.3.4. “Defendamos nuestro medio ambiente”	95
3.3.5. “Variaditos románticos”	100
3.3.6. “Variaditos y sabrositos del recuerdo”	101
3.3.7. “Sabor tropical”	101
3.3.8. “Así canta mi Perú”	101
3.3.9. Informativo “La Voz de la Frontera”	102
3.3.10. “Ambiente juvenil”	103
3.3.11. “El especial de la cumbia sanjuanera”	104
3.3.12. “Atardecer de mi tierra”	104
3.3.13. “Voz y sentimiento de Ayabaca”	105
3.3.14. “Sanjuanitos del recuerdo”	105
3.3.15. “Los especiales de Ayabaca”	106

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DEL NOTICIERO

“LA VOZ DE LA FRONTERA”	109
4.1. Definición de noticia	109
4.2. Breve definición de noticiero	110
4.3. ¿Qué es La Voz de la Frontera?	112
4.4. Contexto para elaboración y transmisión	113
4.5. Línea Editorial	117
4.6. Estructura.....	117

4.7. Manejo de fuentes informativas	123
4.8. Producción.....	127
4.9. Conducción.....	131
4.10. Publicidad.....	132

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Corría el primer lustro de los años 80 y en las principales radios a nivel nacional -sobre todo emisoras de tipo comercial- se dejaba escuchar un eslogan que, en la actualidad, algunas emisoras todavía lanzan al aire: “La Radio está más cerca de la gente”. Esta campaña tuvo la finalidad de reforzar la idea en los anunciantes que el medio “Radio” es el medio de comunicación por excelencia al que pueden tener acceso una mayor cantidad de personas, sin importar el tiempo ni el lugar y por lo tanto es el mejor medio donde ellos – anunciantes– podían colocar publicidad.

Aunque la campaña mencionada estaba dirigida especialmente a las radios comerciales, la frase “La Radio está más cerca de la gente”, no fue de exclusiva aplicación a este tipo de emisoras, sino también a otras como las radios comunitarias que, desde mediados de los años 40 del siglo XX, aparecieron en nuestro país como una fuerza importante, buscando ser una alternativa de comunicación para muchas zonas olvidadas y a las que no llegaba la cobertura de los grandes medios de comunicación.

Como cualquier proyecto austero pero con valiosa proyección social las radios comunitarias se iniciaron con poca inversión, pero con el transcurrir del tiempo se fueron consolidando y hoy son una referencia en el ámbito informativo y programático en las zona en las que se desenvuelven y en algunas ocasiones, a nivel nacional.

En la actualidad, han dejado de ser proyectos radiales para convertirse en una grata y valiosa realidad. Emisoras como Radio Cutivalú de Piura, Radio Marañón de Jaén (Cajamarca), Radio Yaraví en Arequipa, Radio La Voz de la Selva en Iquitos, entre muchas otras, han

ido marcando la pauta de una comunicación alternativa a la de los grandes medios. Radios comunitarias que, por su propia ubicación geográfica “están más cerca de la gente” y esa gente puede expresarse sobre asuntos que le preocupan, sus inquietudes, observaciones y propuestas de cambio, que busquen mejorar la convivencia entre los pobladores de dichas zonas.

El presente trabajo tiene como objetivo resaltar la importancia de la actividad de una radio comunitaria, sobre todo en zonas alejadas de las capitales de departamento como las provincias andinas. En nuestro caso, hemos analizado Radio Ayabaca, una emisora ubicada en la provincia del mismo nombre y que actúa como radio comunitaria, aunque su personal no es consciente de ello. Este último punto se enmarca dentro de las debilidades que también se incluyen en el accionar de las radios comunitarias porque como cualquier proyecto, es perfectible.

Es importante señalar que en la provincia de Ayabaca, sí consumen los medios de comunicación tradicionales, aunque con ciertas limitaciones. Por ejemplo, la prensa escrita (periódicos como *Correo*, *El Tiempo*, *La Hora* y *La República*) llega entre las tres y cuatro de la tarde; la televisión se reduce a unos cuantos canales, con ciertas deficiencias en la calidad de imagen y la existencia de varias radios en la FM y AM (*Radio Aypate*, *Radio Súper Éxito*, *Radio Marconi*, *Radio Poder*, *Radio Campesina* y *Radio Impacto*) que ofrecen una programación musical, muy similar a las de las grandes ciudades.

Asimismo, el navegar por Internet aún es muy lento y de poco acceso a las comunidades más alejadas debido a que los campesinos tienen ingresos económicos reducidos, añadiendo el escaso conocimiento en el manejo de este nuevo medio.

En el primer capítulo buscamos dar una visión global a través de la historia, sobre el surgimiento de las radios comunitarias en el mundo.

Sin embargo, lo primero a lo que buscamos dar respuesta es: ¿dónde surge la “ola” de radios comunitarias? ¿Qué hecho de relevancia mundial puede ser considerado como el punto de partida para el nacimiento de las radios comunitarias?

Para algunos expertos – de los cuales recogemos su opinión – el Informe Mac Bride es el punto de partida. De dicho informe se recoge la principal conclusión: el Nuevo Orden Mundial de la Comunicación e Información que fue un proyecto internacional de reorganización de los flujos globales de información a través de distintas acciones. La iniciativa fue lanzada en el inicio de los años 1970 por el movimiento de los Países No-Alineados (117 países) y recibió apoyo de la Unesco.

En 1980, una comisión de la Unesco estudió los problemas de la comunicación en el mundo y produjo un documento — el Informe MacBride — en el cual propuso cambios para redistribuir y balancear los flujos de información entre países desarrollados y sub desarrollados. Sin embargo, la fuerte oposición por parte de las organizaciones privadas de medios, a partir de entonces, acabó relegando el proyecto al olvido.

En el segundo capítulo queremos esbozar las principales características que definen a una radio de tipo comunitaria, refiriendo el concepto de varios especialistas. Asimismo, incluimos las características que pueden definir a las radios comunitarias. Estas características propuestas se concluyeron luego de un análisis de los escritos realizados por comunicadores vinculados por muchos años en el accionar de las radios comunitarias. Finalmente, como hemos referido, todo proyecto tiene sus debilidades y por ello hemos considerado apropiado la inclusión de las falencias que presentan este tipo de emisoras en su trabajo diario.

En el tercer capítulo nos centramos en la provincia de Ayabaca y su historia radial. Para la elaboración de la historia, consultamos a

diversas fuentes orales y escritas, entre ellas un comunicador de la zona con más de 25 años de experiencia en radio: Máximo Salvador. Debemos mencionar que se trató de ubicar a otras fuentes orales pero ya no vivían en esta ciudad. Luego, ampliamos la historia de Radio Ayabaca. Debemos reiterar que esta emisora actúa como emisora comunitaria pero, los integrantes de la radio aún no perciben esta situación de manera clara. Finalmente, analizaremos su programación para establecer la línea de trabajo que sigue esta emisora.

En el cuarto capítulo, haremos un análisis de un programa al que lo consideramos como el espacio dentro de la programación donde se configuran los objetivos de la radio. El análisis contempla puntos como el contexto, la línea editorial, la estructura del noticiero, el manejo de fuentes informativas, la producción del noticiero, la conducción y la publicidad dentro del programa.

Hay que señalar que, para la investigación de la presente tesis se consideró necesaria una estancia personal en la misma ciudad de Ayabaca por tres meses para ofrecer mayor seriedad al trabajo y para tener un contacto directo con la realidad de la zona, además de tener una relación directa con los miembros de la emisora del presente estudio. Asimismo, hemos acudido a la consulta de personajes involucrados al tema de radios comunitarias, tanto de Ayabaca, Piura y Lima. Sin ellos, hubiera sido imposible la elaboración de este trabajo.

CAPÍTULO I

LA RADIO COMUNITARIA

Es necesario que sea claro que el objetivo de la radio comunitaria no es el de hacer algo por la comunidad, es, más bien, el de dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma.

(AMARC, 1998).

El hombre siempre ha buscado comunicarse de diversas maneras, las cuales evolucionaron con el paso del tiempo. A partir de las primeras décadas del siglo XX, luego que algunos medios de comunicación (radio, prensa escrita y televisión) pasaran de ser un lujo a una necesidad y como consecuencia a volverse masivos, se originó la unidireccionalidad de la información, es decir que la información era controlada por grandes agencias de noticias en Estados Unidos, Francia, Inglaterra o Alemania y el ciudadano era un simple receptor de información, que recibía sin ninguna respuesta.

Esta masificación produjo diversas reacciones en la década de 60-70 en varias partes del mundo. En lo que respecta a la radio, dichas reacciones intentaban darle un giro a la dirección que tenía la información mundial hasta ese momento, buscando la participación directa del actor involucrado, es decir, que la gente hablara de sus problemas y exigieran o propusiera soluciones.

Ante este panorama, se han producido avances a nivel mundial. En el caso de la radiodifusión, las radios comunitarias iniciaron esta respuesta, medios que han buscado darle mayor relevancia a lo que piensa la población y luego conocer la opinión de la autoridad, del funcionario y del especialista.

Este primer capítulo tiene como objetivo explicar qué es una radio comunitaria. Se iniciará el recuento con la mención del Informe Mac Bride, considerado como el punto de partida de la comunicación comunitaria en el mundo. Luego de ello, se presentará definiciones y se termina con una mirada histórica por Europa, Asia, África y América de este fenómeno.

1.1. Orígenes de la Comunicación Comunitaria

El Informe Mac Bride es el mayor logro en la búsqueda de una estrategia que permita una comunicación desconcentrada de las potencias mundiales. Tras haberse cumplido 25 años de la entrega de este informe en la XX Conferencia Anual de la Unesco celebrada en París en el año 1978, este documento constituye el primer estudio producido dentro de una organización internacional que tiene como fin establecer una visión global, de todos los problemas relacionados con la comunicación en la sociedad contemporánea.

Este informe elaborado bajo la dirección del fundador de la organización, Amnistía Internacional y ganador del Premio Nóbel de la Paz, Sean Mac Bride, puede ser considerado como el inicio de un cambio en el tipo de comunicación existente, una propuesta de cambiar la comunicación unidireccional a una comunicación participativa.

Si revisamos los antecedentes del informe Mac Bride, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, en sus siglas en inglés) fue escenario de fuertes tensiones entre países, partidarios y detractores de establecer políticas nacionales de comunicación (un factor clave para comprender la posterior salida de los Estados Unidos y el Reino Unido de la Unesco). Estas posiciones se aglutinaron en relación a dos conceptos antagónicos: El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Nomic) y Libre Flujo de la Información (Free Flow of Information).

La esencia de las propuestas de la comisión Mac Bride se encuentra consolidada en la Resolución de Belgrado, aprobada por la 32a. Sesión de la Conferencia General de la Unesco, en octubre de 1980. Dicha resolución contiene once principios en los cuales debería fundamentarse el Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y de la Información (Nomic):

1. Eliminación de los desequilibrios y desigualdades que caracterizan la situación vigente.
2. Eliminación de los efectos negativos de determinados monopolios, públicos o privados, y de las excesivas concentraciones.
3. Remover los obstáculos internos y externos para un libre flujo y más amplia y equilibrada disseminación de informaciones e ideas.
4. Pluralidad de fuentes y canales de información.
5. Libertad de prensa y de información.
6. Libertad para los periodistas y todos los profesionales, en los medios de comunicación, una libertad inseparable de la responsabilidad.
7. Preparación de los países en desarrollo para lograr mejoras en sus propias situaciones, sobre todo en lo que respecta a la adquisición de equipamiento propio, capacitación del personal, recuperación de infraestructura, además de tornar sus medios de información y de comunicación sintonizados con sus propias necesidades y aspiraciones.
8. Compromiso sincero con los países desarrollados para ayudarlos a alcanzar dichos objetivos.

9. Respeto a la identidad cultural de cada pueblo y al derecho de cada nación para informar el público internacional sobre sus intereses, aspiraciones y respectivos valores sociales y culturales.
10. Respeto al derecho de todos los pueblos para participar del intercambio internacional de información, basándose en la igualdad, justicia y beneficio mutuo.
11. Respeto al derecho de la colectividad, así como de los grupos étnicos y sociales, para tener acceso a las fuentes de información y participar activamente en los flujos de comunicación.

En el prólogo del informe, el mismo Mac Bride afirma que el Nomic tiene otros aspectos básicos que consolidan el Nuevo Orden de la Comunicación como, por ejemplo, las propuestas de cambio en la transmisión de la información que surgen en otros países. "Los aspectos de ese proceso se modificarán constantemente, mientras que los objetivos continuarán siendo los mismos: mayor justicia, mayor equidad, mayor reciprocidad en el intercambio de información, menor dependencia en relación a las corrientes de comunicación, menor difusión del mensaje en sentido descendente (es decir, menos noticias con sentido negativo o peyorativo sobre los países menos desarrollados), mayor autosuficiencia (posibilidad para que los países elaboren su información) e identidad cultural y mayor número de ventajas para toda la humanidad" (Mac Bride Sean, 1983, p. 13).

Para el catedrático de la Universidad Autónoma de Centroamérica, Johnny Vargas Durán, el informe enfatiza el papel de la comunicación sobre el de la información. Considera a la comunicación como "un derecho social y una necesidad colectiva de cada sociedad, un instrumento de educación, un pre requisito para la participación política, y el principal instrumento a través del cual se

expresan, se vinculan o se perpetúan las culturas” (Vargas Durán Johnny, 2000).

Como todo estudio, el Informe Mac Bride provocó diversas reacciones. Autores como Marques de Melo lamentan que el Informe Mac Bride no haya recibido el apoyo suficiente en América Latina. El referido investigador brasileño señala que esta deficiencia se debió a que la principal tesis del informe se quedó restringida a los gabinetes ministeriales y a los círculos intelectuales que gravitan en el escenario internacional, sin movilizar a los auténticos líderes de la sociedad civil (Marques de Melo José, 1993).

Por su parte, Estados Unidos consideraba que la iniciativa afectaba sus intereses (por ejemplo, dos de las cuatro grandes agencias mundiales de noticias eran estadounidenses) y provocaría una reducción notable de las posibilidades para los crecientes sectores de la información en la economía norteamericana. Ante ello, Estados Unidos amenazó con retirar la ayuda económica a la Unesco, respaldados por Inglaterra y Japón, acción que se concretó el 31 de diciembre de 1984. Luego, Estados Unidos se reincorpora a la Unesco el 1 de octubre de 2003, 19 años después de su retirada.

1.2 La radio comunitaria en América Latina.

El movimiento de radios comunitarias tiene una larga historia en nuestro continente, una ola de emisoras que buscaban una alternativa diferente para la comunicación a nivel mundial.

Para autores como Alfonso Gumucio¹, América Latina lleva la delantera en cuanto la cantidad y calidad de las experiencias de comunicación participativa y la radio ha sido, entre todos los medios, el más importante para el desarrollo y los cambios sociales. (Gumucio Dagrón Alfonso, 2001, pp.5-6).

Aunque la generalización de los medios de comunicación en Europa se produjo en la década 60-70, en los años 40 en Latinoamérica algunas comunidades de campesinos o mineros estaban en condiciones de operar sus propias radios, no sólo como un desafío ante la realidad de los grandes medios de comunicación, sino para expresar, por primera vez, sus propias voces.

En opinión de Alfonso Gumucio, investigador boliviano, las luchas sociales de la década de los 60-70 y la resistencia a las dictaduras militares que llegaron al poder con auspicio de la Central Intelligence Agency (CIA), no hicieron sino contribuir a multiplicar las radios comunitarias e independientes. (Gumucio, 2001, pp.5-6).

¹ Alfonso Gumucio Dagrón es especialista en comunicación para el desarrollo con experiencia en África, Asia, América Latina y el Caribe. Trabajó durante siete años para la UNICEF en Nigeria y Haití, y como consultor internacional de la FAO, el PNUD, la UNESCO y otras agencias de las Naciones Unidas. Fue Director de "Tierramérica", un proyecto regional de PNUD/PNUMA sobre desarrollo sostenible, y asesor de comunicación de Conservación Internacional (Washington). Su trabajo como consultor lo ha llevado a familiarizarse con temas diversos: derechos del niño, poblaciones indígenas, arte y cultura, derechos humanos, organización comunitaria, salud y desarrollo sostenible. Es autor de varios estudios sobre comunicación. Sus artículos y ensayos han sido publicados por más de un centenar de revistas y periódicos, principalmente en América Latina. Como cineasta ha dirigido documentales sobre temas culturales y sociales, y realizado varias exposiciones fotográficas.

En América Latina, la primera radio comunitaria fue Radio Sutatenza, emisora que nació el 16 de octubre de 1947 en Colombia a iniciativa del sacerdote católico, José Joaquín Salcedo, con dos objetivos: difundir la doctrina cristiana entre los campesinos pobres, y enseñar técnicas para mejorar el desarrollo de la comunidad.

Como radioaficionado, José Joaquín Salcedo sabía que la radio era el vehículo más efectivo para llevar la educación a los adultos de las zonas rurales más apartadas de Colombia. Su sueño se vio realizado cuando Radio Sutatenza inició sus emisiones educativas con un transmisor de 90 vatios. Probó el transmisor durante un mes hasta que en octubre obtuvo del Ministerio de Comunicación de Colombia una licencia provisional y el prefijo "HK7HM". El primer programa cultural fue difundido el 16 de octubre de 1947: música interpretada por campesinos de Sutatenza. De esa manera nació Radio Sutatenza e inmediatamente capturó la atención de todos los sectores de la sociedad. El propio Presidente de Colombia inauguró formalmente la emisora a principios de 1948, y el Papa Pablo VI bendijo sus nuevas instalaciones en Bogotá en agosto de 1968 (La Iniciativa de la Comunicación, 2002).

Hay que indicar que, pasados los años, Radio Sutatenza perdió su carácter comunitario y participativo, al ser comprada por la poderosa Cadena Caracol, a principios de los años 90, convirtiéndose en una radio comercial (Gumucio, 2001, p.16).

En los años 50, la población de América Latina padecía represión política y exclusión de grupos humanos de parte de gobiernos dictatoriales. En este contexto, aparecen radioemisoras manejadas por gremios o sindicatos de campesinos, mineros u otro tipo de trabajadores.

El continente americano fue el nido donde se originaron las primeras experiencias de comunicación participativa para el cambio social. Aunque el tema sea de reciente interés para muchos académicos, su historia se expande a lo largo de medio siglo, desde

los albores de Radio Sutatenza en una remota localidad colombiana hasta el año en que los trabajadores mineros bolivianos organizaron las primeras radios comunitarias en las minas de Potosí y Oruro (Gumucio, 2001).

El especialista en comunicación, José Ignacio López Vigil señala que el uso del término *radios comunitarias* es buscar un “apellido” concreto para ellas: “En nuestra América Latina, la variedad de nombres da cuenta de la riqueza de las experiencias: educativas en Bolivia, libres en Brasil, participativas en El Salvador, populares en Ecuador, indígenas en México, comunales aquí y ciudadanas allá... Cambian las polleras, pero no la chola”. (López Vigil José Ignacio, 2000, pp. 532-533).

Sin embargo, el adjetivo que se ha buscado siempre para caracterizar a este tipo de emisoras no modificó la labor comunicacional que las caracterizaba. Así, la historia de estas emisoras en América Latina registra la existencia de radios clandestinas como la legendaria emisora rebelde “Radio Venceremos” de El Salvador y otras radios de América Central, las cuales eran órganos de difusión y formas de comunicación que operaban en el contexto de las guerras civiles y las dictaduras que asolaron la región durante los 80.

Otras experiencias en el continente surgieron en otros países de Latinoamérica. Experiencias de radios sindicales en Bolivia tales como: Radio Sucre, la radio de los maestros, organizada en Cataví en 1947 y las radios mineras, que condujo a la formación, en 1956, de la Red de Emisoras Mineras. Una experiencia similar tuvo lugar en 1987 en San Pablo (Cochabamba), porque cuando la asamblea comunal o el movimiento sindical tomaban acuerdos, la radio y la televisión hablaban y mostraban acuerdos que no existían.

El país altiplánico cuenta en su experiencia con Radio Pío XII. A principios de los años 50, un grupo de sacerdotes católicos estableció esta emisora en la localidad de Llallagua, con el objetivo de luchar contra el comunismo y el alcoholismo de la región. En poco tiempo, Radio Pío XII evolucionó tanto que se acercó a las comunidades mineras y terminó siendo parte de la red de radios sindicales. Esta radio junto a otras como *La Voz del Minero o Radio Animas* tuvieron que luchar contra la censura y la presión de la dictadura del General Luis García Meza. Corría el año 1980.

En Ecuador surgieron “las escuelas radiofónicas populares”, y hoy muchas de ellas han pasado a integrar la Coordinadora de Radios Educativas y Populares del Ecuador (CORAPE), organización que forma parte de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), que se gerencia desde Quito.

México es otra de las naciones latinoamericanas donde las radios campesinas alcanzaron un gran valor y fueron conocidas como “las radios indigenistas”. Ejemplo es “La voz de la Montaña”, y formaba parte de una red de emisoras educativas impulsadas por el Instituto Nacional Indigenista.

El investigador mexicano, Jorge Villalobos Grzybowicz citado por Beatriz Arias-Godínez indica que es importante referir el caso de la XEYT Radio Cultural Campesina, una experiencia grata de radio participativa que nació en 1965 en la localidad de Teocelo, en el estado de Veracruz y que ha sido adoptada por los campesinos de la región, en su mayoría productores de café (Arias-Godínez, 1990. p 9).

Esta emisora ha logrado captar de modo particular a su audiencia. Además la misma población elabora sus propios programas. Así, se identifican como un equipo de comunicadores entre los que hay locutores, corresponsales, miembros del comité de radio, principiantes y miembros del equipo de producción radiofónica (Arias-Godínez, 1990. p12).

Siguiendo con nuestro recorrido en Latinoamérica, podemos mencionar a uno de los países más pobres: Haití, donde nació “Radio Soleil”, organizada en 1978 por la Conferencia Episcopal (post-Medellín) para luchar contra la dictadura de Duvalier.

En Argentina surgieron también experiencias en villas y asentamientos como el caso de “Radio de Villa 21” —luego convertida en “FM Zapucay”— fue una experiencia catalizadora porque con su trabajo permitió la formación de otras experiencias de emisoras de baja potencia en el Uruguay como “Radio Luna”, “Tirando a Rebelde”, “Uyuyuy”, “La Intrusa”, etc. Una experiencia similar fue en la comunidad de Macusani (en Puno, Perú) luego convertida en “Radio Allin Capac FM”, aunque de esta última emisora no se tiene muchas referencias.²

También hubo experiencias de radios como “Radio Tierra” en Chile, el “Colectivo Radial Feminista” en Perú, o el “Colectivo Ondas de Mujeres”, organizada por participantes de la radio comunitaria “Centre-Ville” en Canadá.

En América Latina el fenómeno de las radios comunitarias, ilegales o de baja potencia es más variado y extenso de lo que se le suele presentar. Así, el concepto Radio Comunitaria es como el “cajón de sastre” donde se incluyen las diversas denominaciones de las emisoras vinculadas a la comunicación comunitaria.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) explica que existen varias denominaciones que caracterizan a estas emisoras. Sin embargo descarta que dicha adjetivación las diferencie demasiado. Añade que no es de relevancia el nombre de radio libre, comunitaria, educativa, participativa, etc porque, los objetivos son los

² www.trincoll.edu/~gremedi/radios2.htm, esta dirección electrónica contiene sucesos importantes de los inicios de varias *radios comunitarias* y su lucha constante por no desaparecer debido a la presión de los gobiernos que veían como un peligro latente la existencia de estas emisoras.

misimos. Recordemos que la denominación surgió de acuerdo al continente donde aparecieron.

1.3 Breve panorama de las radios comunitarias en Perú

El Perú no se mantuvo al margen de la ola de emisoras comunitarias que aparecieron en Latinoamérica y por razones similares: represiones políticas de los gobiernos de turno y grandes cambios sociales. La historia de la radio comunitaria en este país también está ligada al accionar de los sacerdotes católicos, en los años sesenta. (Gumucio, Alfonso, 2001, 62).

¿Y qué dicen las cifras? Según el investigador y comunicador peruano, Fernando Palomino, consultando datos ofrecidos por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) hasta el 2004, el número de radios que se ubican en esta corriente de radios comunitarias es muy reducido. En Perú, aproximadamente, son 2225, entre radios legales e ilegales (Palomino, Fernando; 2001, 31).

Según Palomino, las radios comunitarias representan un aproximado de entre 5% y 10% del total (esta referencia es de radios que de alguna manera están vinculadas en redes, es decir agrupadas en diversas regiones como las 17 radios que integran la Red Macronorte de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR). El autor añade que las radios, en general, en 10 o 15 años se han triplicado porque en 1985 existían 500 radios, pero al 2004, sumaban 2225 radios, de las cuales el 70% son estaciones de FM.

Dentro de la historia de radios comunitarias en Perú debemos citar a la CNR, organización que nació como iniciativa de sacerdotes católicos. La CNR fue fundada en la ciudad de Sicuani, Cusco, el 31 de agosto de 1978, con la finalidad de desarrollar la radio como medio de educación y evangelización. En sus inicios, la integraron pequeñas emisoras, centros de producción y equipos de bocinas de inspiración cristiana.

La CNR es una asociación civil sin fines de lucro que en la actualidad articula a más de 60 experiencias representativas del movimiento de radio educativa y comunitaria en el Perú. De las todas las emisoras afiliadas, 16 se encuentran conectadas a través de la Red Satelital, es decir conectadas al servicio de satélite con que cuenta la CNR.

En su ideario, promueve la vigencia y el respeto de los derechos humanos y ciudadanos. Estimula la participación de la sociedad civil y realiza un trabajo orientado a generar mayores oportunidades para el desarrollo de las personas y comunidades.

La Coordinadora Nacional de Radio integra la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), y forma parte de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) – América Latina, participando en un proyecto satelital latinoamericano de producción informativa y educativa que recoge y visibiliza la diversidad y riqueza cultural existente en América Latina. Además, impulsa la Red Quechua Peruana como una experiencia de comunicación radiofónica intercultural valorando la identidad quechua, poco presente en los medios de comunicación en el país. Ha avanzado también en la configuración de la Red de Evangelización, conformada por radios y centros de producción que promueven valores cristianos.

Dentro de los asociados se cuentan a emisoras que han tenido una participación relevante en la vida social de los pueblos donde se desenvuelven. Así tenemos a Radio Cutivalú (Piura), Radio Maraón (Jaén), Radio Yaraví (Arequipa), Radio Quillabamba (Cusco), Radio Onda Azul (Puno), Radio La Voz de la Selva (Iquitos), Radio Santa Rosa (Lima), entre otras.

Asimismo, la CNR asocia a otras organizaciones civiles vinculadas a la comunicación comunitaria sin ser radios específicamente. Así, entre las más representativas tenemos al Instituto de Defensa Legal (Ideele), el Centro de Estudios Peruanos Económicos y Sociales (Cepes), la Asociación Pro Derechos Humanos (Aprodeh), Asociación Calandria, ILLA-Desarrollo y Comunicación, entre otras.

Radio Quillabamba (Cusco), es un ejemplo representativo de lo que es un medio comunitario radial. Esta experiencia fue una iniciativa de los misioneros dominicos de la Vicaría de Puerto Maldonado, cuando en 1966 compraron una pequeña emisora de radio que ya existía en Quillabamba. En 1969 se incorporaron nuevos equipos y un transmisor de mil vatios para reemplazar el antiguo de 300 vatios; luego, gracias a la colaboración de algunas organizaciones católicas, se adquirió un transmisor de cinco kilovatios de potencia.

Esta emisora evolucionó a medida que se estrechaba su relación con la realidad social y política. Durante los primeros años sus objetivos eran religiosos y educativos, pero a partir de 1978 la emisora optó claramente por la educación y el apoyo al pueblo organizado, lo cual significaba una definición política a favor de las comunidades. Por ejemplo, con el correr de los años se ha logrado conformar de manera natural una red de corresponsales voluntarios alrededor de la emisora y se reciben misivas donde se narran hechos ignorados todavía por los medios nacionales de información (Gumucio, 2001, 62).

Otro buen ejemplo de emisora comunitaria es Radio Marañón. Esta emisora inició su funcionamiento el 20 de agosto de 1976 en la ciudad de Jaén, como emisora educativa del Vicariato San Francisco Javier del Marañón y dirigida por la Compañía de Jesús. A los dos años de su lanzamiento, logró sus dos primeras metas: presencia de la radio en la región Cajamarca y programación diferenciada, con horarios y contenidos dedicados a los diversos estratos de la audiencia mayoritariamente campesina.

Desde el inicio se puso énfasis en los programas destinados al campesinado, orientando las actividades agropecuarias dedicadas a los cultivos de productos locales y a la crianza de animales menores. Al tercer año logró el Primer Premio Nacional otorgado por el Centro de Teleducación de la Universidad Católica del Perú (Cetuc) a los mejores programas educativos radiales. En 1985 se inició el Programa de Alfabetización, que después de dos años se suspendió debido al poco interés del Ministerio de Educación. En su reemplazo se creó Interama (Instituto Educativo de Radio Marañón), que ofreció formación no escolarizada.

Ante la ausencia de teléfonos y vías de comunicación en la región, se instauró un "Servicio Comunitario" instalando un micrófono abierto a la audiencia para que los mismos campesinos puedan transmitir sus mensajes; este servicio atiende a un promedio diario de 150 usuarios en tres horarios diarios.

Para difundir y revalorar la cultura de los campesinos nor orientales, se organizó en la programación transmisiones en vivo dedicadas a promover la música folclórica y el arte nativo, caracterizándose por la participación masiva de los artistas y compositores de su región. Desde entonces, ellos dan a conocer sus creaciones y composiciones acompañados de un numeroso público que se congrega a escucharlos en el auditorio. Y para apoyar la formación de los catequistas de la región, se difundieron programas de fin de semana que explicaban las lecturas dominicales de La Biblia, así como el catecismo y la transmisión de la misa dominical.

1.4 Radios comunitarias en Piura

En Piura, el recorrido se centra en Radio Cutivalú. En 1984, el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (Cipca), una institución promovida por la Compañía de Jesús, tenía 12 años

realizando sus actividades en el departamento de Piura (extremo norte del Perú) cuando sus directivos deciden promover y ejecutar estrategias que consoliden, a nivel regional, el impacto de sus intervenciones conseguidas a nivel local.

A partir de esa necesidad y considerando que los habitantes de esta región tienen una altísima cultura oral, se evalúan las posibilidades de desarrollar un proyecto de comunicación radial exitoso, con personería jurídica autónoma e independiente del Cipca, pero que contribuyera operativamente en la difusión de las actividades y logros conseguidos.

El 13 de diciembre de 1984 y bajo la presidencia del exarzobispo de Piura y Tumbes, Monseñor Óscar Canturias Pastor, se constituye legalmente el Instituto Teleducativo Los Tallanes (Intelta) mediante la Escritura pública # 1188, inscrita el 2 de enero de 1985 en los Registros Públicos de Piura, en el asiento UNO, de fojas 401, del tomo 08, del Registro de Asociaciones. Es una asociación civil sin fines de lucro.

El nombre de la emisora pretende rescatar la figura de Lucas Cutivalú, cacique de la Comunidad San Juan Bautista de Catacaos quien, junto con los caciques de las comunidades de Colán, Sechura y Olmos, pidió al Virrey Don Blasco Núñez de Vela se aclaren los límites de sus comunidades.

En 1578, Lucas Cutivalú realizó la primera gestión para lograr que la Comunidad de Catacaos fuera dueña de su territorio. Esta parte de la historia regional transmitida, oralmente, de generación en generación, no aparece registrada en la historia oficial nacional ni regional.

Radio Cutivalú tiene como misión promover el desarrollo regional desde el desarrollo rural, a través de la comunicación interactiva y participativa, con una programación fundamentada en la producción y emisión de programas radiales educativos, culturales, recreativos y de capacitación, entre los sectores y áreas de desarrollo de nuestra región³.

En la actualidad cuenta con 12 trabajadores en diversas áreas: 1 director, 4 periodistas del equipo informativo, 3 productores musicales, 1 jefe de Marketing y ventas, 1 secretaria., 1 chofer, 1 guardián de planta. También cuenta con 40 voluntarios que integran la Red de Corresponsales, distribuidos principalmente en las capitales provinciales y distritales de la hoy llamada región Piura.

El impacto de Radio Cutivalú en la prensa regional es rescatable. Durante el 2002, se puso en antena el primer *talk show* radial de Piura: “Usted Juzga” cuyo objetivo central es promover la participación de la ciudadanía informada, con capacidad de análisis y actitud constructiva, en el debate de los temas vinculados al desarrollo de Piura.

Asimismo, se busca informar y sensibilizar a la población sobre temas de actualidad que afectan directamente su desarrollo. El programa “Usted juzga”, que se emite los sábados de 9 a 11 de la mañana ha logrado colocar en la primera plana de diarios regionales varios temas de interés público como el debate del Presupuesto Participativo Local y Regional, la concesión del servicio de agua potable y alcantarillado, los conflictos mineros, las invasiones para viviendas, entre otros.

³ Tiene como zona de cobertura todo el departamento de Piura, excepto el distrito de Máncora en el Norte. También cubre el Sudeste del Ecuador y Olmos (al Norte de Lambayeque).

Sin embargo, el aporte más significativo de este programa radica en el compromiso que públicamente asumen los invitados o actores comprometidos en un determinado problema, como la conformación de la Comisión Regional Multisectorial de Salud (Coremusa), que surgió como propuesta durante el debate del programa “Tengo VIH Sida... Respeten mis derechos”, donde se presentaron casos de personas discriminadas por esta enfermedad y se analizó su problemática.

Los domingos, los diarios despliegan casi una página completa para desarrollar el tema abordado en el *talk show* de Radio Cutivalú. El programa es para los hombres de prensa una comisión importante de los días sábados y responsabilizan a un periodista para que le haga seguimiento. Asimismo, algunas ediciones de la prensa regional publican información difundida por los noticieros de la radio y que se puede corroborar en la página web⁴.

Entre los casos más destacables de la actividad social del programa “Usted Juzga” podemos mencionar el conflicto minero en Tambogrande, que registra el enfrentamiento de la población con el Estado, reclamo que buscaba mantener la agricultura como su fuente de alimentación frente a la explotación minera de los yacimientos polimetálicos hallados en la zona. Radio Cutivalú fue, en algún momento del conflicto, el único medio que podía ingresar en la zona y recoger información.

“En noviembre de 2003, fueron las tres jornadas de paro. Tambogrande se embanderó. En los guayaquiles, esos palos enormes, se colgaron bocinas para escuchar a (radio) Cutivalú”. (López Vigil José Ignacio, 2004, p 230).

⁴ www.radiocutivalu.org

Periodistas reconocidos como Fernando Vivas⁵ resaltan la importancia que juega Radio Cutivalú en el departamento de Piura. En un artículo titulado *Radio. Antenas Calientes*, en la revista *Caretas* edición N° 1067 del 24 de febrero del 2000, Vivas señala: “Fuera de Lima y, ante el desdén centralista de la limeñísima televisión, la radio regional tiene una gran sintonía que suele batir a las emisoras de la capital. Radios como Cutivalú de Piura o Melodía de Arequipa, marcan la hora en sus localidades” (Vivas Fernando, 2000).

Radio Cutivalú es la emisora regional aliada de sectores que impulsan la educación y la productividad en Piura. Entre los años 1999 y 2000, esta emisora participó en la elaboración del Plan Estratégico Regional Piura para el año 2010, invitada por el Gobierno Regional Piura.

Como parte de la continuidad de la ejecución de dicho Plan, Radio Cutivalú ha sido incorporado al Grupo de Reflexión y Acción Estratégica (GRAE) “Cultura Regional de Liderazgo”, como medio que difunde educación y cultura, y por su cobertura regional.⁶

No es difícil asegurar que Radio Cutivalú es la única emisora de la región Piura que tiene como uno de sus fines la efectiva aplicación de la comunicación comunitaria, que busca involucrar a la población de manera activa y no como un simple receptor de mensajes. Una población que denuncie y, a la vez proponga alternativas de solución. En fin, una comunicación horizontal.

⁵ Periodista y columnista del diario *El Comercio*.

⁶ Radio Cutivalú integra el colectivo interinstitucional Propuesta Regional, donde participan las universidades, oenegés, colegios profesionales, instituciones de la Iglesia Católica y medios de comunicación de la región, para proponer el debate de los temas relacionados con el desarrollo regional, la descentralización del país y la democracia.

CAPÍTULO II

¿QUÉ ES UNA RADIO COMUNITARIA?

La radio, por más de cincuenta años, ha sido el medio más utilizado para la comunicación y el desarrollo participativo, debido a unas características propias de este medio como su inmediatez¹, la comunicación es más barata² y tiene mayor alcance³. En las siguientes páginas, precisaremos algunos puntos importantes de lo que es una radio comunitaria.

2.1.- Concepto de radio comunitaria

En el sentido más tradicional del concepto, la radio comunitaria es un tipo de emisora cuyos titulares o copropietarios son grupos barriales, campesinos, comunidades y otras organizaciones de la sociedad, con derecho a asociarse para gestionarla de forma democrática y auto sostenible. Tiene como misión el cambio de la unidireccionalidad de la comunicación⁴.

Por otro lado, los comunicadores europeos manejan una concepción teórica de emisoras de tipo comunitario, donde resaltan el servicio que estas radios prestan a las comunidades de interés donde se encuentran instaladas. De este modo satisfacen sus necesidades de información, comunicación y cultura, dando prioridad a temas relacionados con las grandes urbes. Por ejemplo, el recojo de la basura

¹ La rapidez para que los mensajes se trasladen de un lugar a otro.

² Generalmente no se necesita mucha inversión para transmitir, al contrario de lo que sucede con otros medios.

³ Dependiendo de la calidad de sonido y, del tipo de ondas hertzianas, la radio es un medio que se puede escuchar en los lugares más alejados).

⁴ La unidireccionalidad de la información significa que el medio de comunicación es el único que transmite información y, el que recibe es un oyente sin capacidad de respuesta.

en sus ciudades, la mejora en el servicio de energía eléctrica o la calidad del agua potable, entre otros temas (Ramírez, 2006).

Sin embargo, para los investigadores latinoamericanos, el concepto está relacionado con la idea de la construcción de un mundo mejor para la convivencia de sus ciudadanos, aunque en ocasiones este trabajo colisiona con las dificultades del entorno (geográficas, políticas, etc.) y de su propia conformación interna (infraestructura, personal, entre otras).

Con el paso del tiempo, algunos aspectos sobre la naturaleza de las emisoras comunitarias ha ido cambiando, mientras que otras cualidades se siguen manteniendo. Por ejemplo, un aspecto que ha cambiado es la idea de propiedad. Desde sus inicios, la propiedad de las radios comunitarias siempre se ha ligado a una propiedad social, es decir que no es un solo dueño, sino que los propietarios integran, por ejemplo, una cooperativa, una asociación u otro tipo de organización.

Expertos como José Ignacio López Vigil han tenido que aceptar que el concepto antiguo de propiedad ya no es una acepción a “rajatabla”. El investigador se cuestiona lo siguiente: “¿Qué es lo que hace comunitaria a una radio comunitaria?” Y él mismo se responde: “No es la potencia, ni el tipo de señal, ni pasar o no pasar anuncios comerciales, ni siquiera la propiedad del medio. Es la programación comunitaria la que hace comunitaria a una radio”. (López Vigil, 2006).

López Vigil afirma que no importa que tenga una concesión comercial, que haya sido fundada por un particular, por una iglesia, por una universidad o por una cooperativa; una radio es comunitaria porque su programación está al servicio de la comunidad. (López Vigil, 2006). Por lo tanto, la propiedad no define el carácter comunitario.

Asimismo, el peruano Fernando Palomino reafirma que la idea de “propiedad” –acepción antigua– no define radicalmente el carácter

de lo que debe ser una radio comunitaria. El especialista refiere que, en algunas zonas de Perú surgieron radios con intereses primariamente comerciales pero que han encontrado en la comunicación comunitaria, uno de los pilares en sus objetivos, plasmados en su programación.

Esta situación ha hecho que la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) en Perú⁵ haya aceptado el ingreso de emisoras de este tipo como asociadas pues, se ha considerado que, comparten los objetivos de esta organización. Ejemplos son: Radio Bahía Mix (Pacasmayo-La Libertad) o Radio Uno (Tacna).

Por otro lado, la crítica relacionada a la unión de las radios comunitarias con cierto sector de la sociedad –grupos de mujeres, jóvenes, comités de base, comunidades campesinas, etc.– y no con todos los sectores, ha consignado fortalezas y debilidades.

Fortalezas, porque diversos grupos humanos, especialmente de sectores ignorados por los medios de comunicación masivos, han encontrado una puerta para expresar sus inquietudes, proponer salidas viables a sus problemas y manifestar sus diversas actividades haciendo énfasis en sus tradiciones y costumbres.

Asimismo, las emisoras comunitarias han logrado reafirmar su misión de una comunicación más inclusiva. Es decir, que las radios comunitarias promueven, por ejemplo, que las mujeres sean consideradas como parte de un partido político y no como una simple obligación de la ley para cumplir con la cuota de equidad de género.

⁵ La Coordinadora Nacional de Radio (CNR) es una asociación civil sin fines de lucro que, en la actualidad articula a más de 76 experiencias representativas del movimiento de radio educativa y comunitaria en el Perú (entre emisoras y centros de producción radial). De las todas las emisoras afiliadas, 16 se encuentran conectadas a través de la Red Satelital. Además, impulsa la Red Quechua Peruana como una experiencia de comunicación radiofónica intercultural valorando la identidad quechua, poco presente en los medios de comunicación en el país. Ha avanzado también en la configuración de la Red de Evangelización, conformada por radios y centros de producción que promueven valores cristianos.

Otra acción es la promoción de la inclusión de los jóvenes y los discapacitados en dichos partidos políticos.

Se critica que este tipo de emisoras han perdido “la objetividad” al plegarse a los principales líderes sociales, amparando con su prestigio determinados clamores, que no por ser populares deben ser los únicos retratados en sus ondas.

En realidad, los comunicadores de las radios comunitarias, toman como referentes a los líderes sociales porque conocen la realidad de sus comunidades. Esa información sirve para determinar a qué personajes de la contraparte (estado, empresas, etc.) se puede consultar y, fomentar el diálogo entre todos los actores. Además, tienden a impulsar proyectos comunicativos en esas zonas de donde recogen la información. Estos proyectos están relacionados a la promoción del conocimiento de las leyes, así como los relacionados a los proyectos de inversión en sus localidades.

Un ejemplo es la experiencia de Radio La Voz de la Selva en Iquitos, ciudad al oriente del Perú. La ciudad de Iquitos se encuentra ubicada en la región Loreto que, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) hasta el 2005 contaba con una población estimada de 884,144 habitantes.

Radio La Voz de la Selva (93.9 FM). En la amazonía peruana existe una riquísima diversidad cultural originaria y mestiza. Solo en la Región Loreto hay 22 pueblos indígenas con sus propias lenguas y, en toda la Amazonía, alrededor de 60 pueblos con igual número de lenguas pertenecientes a 16 familias lingüísticas.

En Loreto, habitan los Bora, Uitoto, Yarapa, Kukama-kukamilla, Shuar, Kichwa, Piro, Urarina, Candoshi-murato, Jíbaro y Secoyas entre otros pueblos. Producto del mestizaje se calcula que existen más de 150 mil descendientes de nativos que se han asimilado al mundo occidental, pero que conservan sus rasgos y costumbres de sus pueblos de origen.

El Informativo “Contacto Directo” de Radio La Voz de la Selva es un espacio diario con información local, regional, nacional e internacional que se transmite de 7 a 9 de la mañana. Aquí la participación se amplía a los actores sociales: el programa recibe a dirigentes o delegados de organizaciones vecinales, campesinas e indígenas que desean compartir sus problemas o denuncias. La participación se realiza en persona o por teléfono. Frecuentemente, los oyentes hacen denuncias de maltratos, violencia familiar u otras que son canalizadas a instituciones estatales para su tratamiento específico.

Un hecho curioso se produce siempre. Cuando las autoridades indígenas vienen a Iquitos, antes de ir a presentar sus quejas o denuncias ante la autoridad respectiva, primero pasan por la radio para contar sus problemas con la seguridad de que serán más prontamente atendidos. Ha ocurrido que la radio inmediatamente se comunica con las autoridades respectivas y en el aire se produce muchas veces la solución a sus demandas. La radio se convierte también en una mediadora entre las autoridades y la población. De lo contrario, las gestiones de los campesinos e indígenas ante las autoridades se prolongarían por mucho tiempo. (Figuerola, ALER, 2004).

Con esta experiencia peruana, se refleja lo que propone José Ignacio López Vigil en su libro *Ciudadana Radio*: la construcción de una radio democrática en la que participe la sociedad civil.

Por otro lado, debilidades en las radios comunitarias hay muchas. Una de ellas es que aun las emisoras comunitarias no han logrado cimentar en el colectivo ciudadano su misión y sus diferencias con las radios comerciales. Por ello, se le atañen malas prácticas de otras emisoras que se dicen comunitarias o se les confunde como tal.

López Vigil señala que *comunitario* se ha relacionado con “reducido”. Algunos piensan – y hasta con buena voluntad– que este

asunto de la comunicación comunitaria es para las zonas rurales, para las poblaciones alejadas de los centros urbanos, para los lugares donde no llegan todavía las *verdaderas* radios. (...) Lo que sucede es que la palabrita resulta engañosa: *comunitario* suena a territorialmente limitado. (López Vigil, 2000, pp. 533).

El investigador español Esteban Ibarra rescata el valor que tuvo la radio comunitaria desde sus orígenes: “Los radio-clubs de obreros en los años 30, las emisoras populares en América Latina, las radios de liberación e independencia en el tercer Mundo o las teorías de la educación popular de Paolo Freire, serían un vivero de experiencias que nutrían a la Radiodifusión Comunitaria en todo el mundo, dando lugar a una experiencia de comunicación democrática que la misma Unesco declarararía de especial interés social por su práctica participativa, promotora de la cultura y derechos humanos, y favorecedora de un desarrollo humano democrático solidario y sostenible”(Ibarra Esteban, 2004).

La AMARC⁶ cita a la Federación Argentina de Radios Comunitarias (Farco), donde se señala que, estas radios se reconocen como parte integrante de la comunidad en la que participan y como medio desarrollan una comunicación pluralista y participativa, abierta a la necesidad de expresión de los sectores sociales y culturales con menor posibilidad de acceso a los medios exclusivamente comerciales (AMARC, 2004).

Fernando Palomino, director de la ONG ILLA, señala que el concepto de radio comunitaria está relacionado a la visión de un mundo más justo a través de un trabajo directo con la población. En su

⁶ La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), es una organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de la radio comunitaria, que agrupa cerca de 3.000 miembros y asociados en 110 países. nace como idea en 1983 en Montreal-Canadá; en 1986 se oficializa en Vancouver y; en 1988, en Managua, la Asociación adquirió el título de organización no gubernamental.

opinión, el concepto más cercano, difiere del concepto reduccionista – como él lo califica⁷ - que se aplica en la legislación peruana⁸. (Palomino, 2006).

Sin embargo, los conceptos europeos y latinoamericanos difieren. Por ejemplo, en España, el Directorio Español de Radios libres, alternativas, comunitarias y culturales establece una diferencia entre las radios libres y las radios comunitarias. En el primer caso, se trata de emisoras que, además de no recibir ingresos de publicidad y tampoco de instituciones públicas, funcionan de forma asamblearia y contraen un compromiso con unas formas alternativas de informar y entretener y con la difusión actividades con poca cobertura informativa de los medios oficiales.

Por su parte, las radios comunitarias dependen de una asociación privada que la dirige e impone sus criterios y pueden

⁷ La ONG ILLA es una organización orientada a la capacitación y formación de radios comunitarias en Perú. Está conformada por profesionales de diversas especialidades y disciplinas, que comparten una propuesta de trabajo común en torno al desarrollo, democracia y comunicación; relacionándose con poblaciones pobres y de extrema pobreza (especialmente rurales). Establecen alianzas con otros actores de la sociedad civil y del Estado a nivel local y regional (productores agrícolas, clubes de madres, comedores populares, empresarios, municipalidades, medios de comunicación, autoridades locales y regionales) y participa en espacios de elaboración de propuestas y políticas a nivel nacional con representantes de la sociedad civil. Tiene sedes en Lima, Ica, Puno, Lambayeque, Ancash, Pasco, Piura, Loreto.

⁸ La Ley de Radio y Televisión (Ley 28278) en su artículo 9 inciso C, define a la Radiodifusión Comunitaria como “aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integridad nacional”. La legislación peruana añade que las emisoras comunitarias están dotadas de una escasa potencia de emisión y que son de cobertura local. Según Palomino lo que especifica la Ley no es acorde con la realidad porque muchas radios comunitarias no necesariamente se encuentran en zonas alejadas sino en capitales de departamento, es decir en ciudades grandes.

funcionar de manera asamblearia y contraer el compromiso antes mencionado. En este último caso, no existiría una diferencia entre estos dos tipos de emisoras. En caso contrario, bien por no existir este compromiso o por existir un proceso jerárquico de toma de decisiones o incluso por recibir subvenciones de entidades públicas, se habla de un ejemplo de radio comunitaria o asociativa⁹.

La Oficina de Coordinación de las Emisoras Comunitarias de España¹⁰, señala que la radio comunitaria es “aquella emisora sin finalidad lucrativa, gestionada democráticamente por una asociación cuya función esencial es la radiodifusión, realizada sobre la base de la independencia política, económica e ideológica, fundamentándose en el respeto y desarrollo de los Derechos Humanos, que, como expresión del ejercicio popular del derecho a la comunicación, brinda un servicio a la comunidad donde está ubicada o se dirige, favoreciendo la participación de ésta en el medio radiodifusor”. (Ibarra, 1989, p. 54).

La clasificación de radio comunitaria es la que mejor engloba la naturaleza y actividad de estas emisoras, además es la mejor trabajada por los comunicadores relacionados a esta vertiente de radio¹¹.

Así, luego de este recuento de las posturas que teorizan la definición de radios comunitarias, hemos creído conveniente

⁹ Cfr. “Directorio español de radios libres, alternativas, comunitarias y culturales”, en la dirección electrónica: <http://www.geocities.com/capitolHill/2838/contacto.htm>, fecha de consulta: 17 de noviembre de 2000.

¹⁰ Organización creada a finales de los años ochenta a iniciativa de Onda Verde ante la necesidad de reconstruir el movimiento de las radios comunitarias.

¹¹ Es necesario señalar que algunas ideas y principios mencionados en este acápite desarrollado sobre el concepto de radios comunitarias están contemplados dentro de la “Carta de las Radios Comunitarias y Ciudadanas” elaborada por la AMARC.

conceptualizar las características que definen a este tipo de emisoras. Para ello, se ha recurrido a fuentes escritas así como la experiencia de profesionales ligados por varios años a este trabajo comunicativo.

2.2.- Características

Delimitar las características de una emisora comunitaria no fue tarea fácil pues, las experiencias en el mundo son múltiples, y difieren de acuerdo al espacio geográfico donde surgieron.

Las características que presentamos no pretenden ser el molde definitivo de una radio comunitaria. La propuesta toma como referencia aspectos que consideran los profesionales vinculados, por años, al trabajo de estas emisoras en América Latina y, en especial, Perú. Así, la radio comunitaria es:

2.2. 1. Es Educativa

La radio comunitaria tiene el compromiso de aprender a mirar, escuchar y sentir con su público. Así, este tipo de emisora parte de la realidad que viven sus oyentes, de quienes recoge sus éxitos y sus fracasos, Es eco de sus demandas y esperanzas. Además, difunde sus problemas y sus alternativas de solución. (Aquino, 2006).

Sin embargo, no se queda en ser difusora y tampoco reduce su trabajo a pedir que solo los personajes con poder político o económico señalen las vías de cambio, sino que procura que sus oyentes propongan alternativas basadas en argumentos sólidos, de acuerdo a leyes nacionales y experiencias diarias. De esta manera, transforma sus afectividades y sentimientos en argumentos y razones para el cambio con una programación basada en los denominados ejes transversales. Por ejemplo: valores, salud, pastoral, construcción de ciudadanía, derechos humanos, cultura, medio ambiente, ecología, y juventud.

En este sentido, Radio Cutivalú en Piura, Perú (700 AM), tiene programas como el *talk show* llamado “Usted Juzga” y que ha logrado colocar temas de la realidad piurana en la agenda mediática. El programa sobre la exclusión y las denuncias de maltratos psicológicos que sufrían los enfermos con VIH cuando acudían a los hospitales y centros de salud, trajo consigo la formación de la Comisión Regional Multisectorial de Salud (COREMUSA), integrada por el Director Regional de Salud, la representante de la Defensoría del Pueblo, la sociedad civil a través de la organización Foro Salud y, un representante de los enfermos con VIH. Su labor consistió en revisar las denuncias y presionar para que la atención a los enfermos se realice sin ningún tipo de discriminación.

2.2.2. Es Participativa

Se refleja con una simple frase: la radio comunitaria pone sus micrófonos en la calle. Traslada sus programas de las cabinas a cualquier lugar de la ciudad o del campo. Hace radio fuera de la radio y de esta manera se consigue una programación con incidencia pública y política, generando empatía en la población. A través de los programas informativos o de opinión, busca recuperar la participación de la ciudadanía para promover el desarrollo humano. La participación ciudadana implica comprender y entender temas que, generalmente, son de manejo exclusivo de autoridades, asesores y funcionarios de los ámbitos de decisión. Esto significa participar en los asuntos públicos y vigilar el cumplimiento de las decisiones.

Radio Yaraví–Arequipa, Perú (930 AM). Junio 2002. Segundo año del gobierno de Alejandro Toledo. Durante una semana, Arequipa protagonizó la más grande movilización de los últimos 50 años. La población se opuso a una decisión gubernamental de privatizar la

empresa de generación eléctrica. En todo este tiempo, Radio Yaraví optó por abrir sus micrófonos para que “Con todas las voces” - como reza su eslogan - dieran a conocer su posición sobre este conflictivo tema.

Y no fue únicamente la opinión del pueblo la que se escuchó, sino también la posición de las autoridades de gobierno. Entonces, la radio se convirtió en un espacio de diálogo, de análisis, de búsqueda de propuestas y salidas a una crisis que infortunadamente terminó con un saldo de varios muertos y un número indeterminado de heridos, pero con la decisión del gobierno de dar marcha atrás en su intento privatizador (Ramírez, 2004).

2.2.3. Es Descentralizada

La transmisión de sus programas más representativos, desde lugares alejados y distantes a sus estudios centrales, ha hecho que la radio comunitaria explore y experimente una programación descentralizada. Es una nueva forma de relacionarse con su audiencia porque acorta distancias y recupera la comunicación de persona a persona (Aquino, 2006).

Radio FM La Tribu – Buenos Aires, Argentina (88.7 FM). Su programa: “La calle es la antena” que transmite en directo desde distintos lugares de la ciudad de Buenos Aires. Cada quince días, la transmisión de FM La Tribu se realiza completamente desde exteriores. En cada organización o lugar elegido, se monta una radio abierta que funciona como un espacio de confluencia, diálogo y participación en torno a un problema social específico -el trabajo, la salud, el ALCA, la deuda externa, la educación-. Se transmite desde asambleas, hospitales, fábricas, universidades, centros culturales y otras radios comunitarias de la ciudad y de las periferias (conurbanos)¹² (ALER, 2004).

¹² Cordón urbano que rodea a la ciudad de Buenos Aires.

Radio Maraón – Jaén, Perú (580 AM y 98.1 FM). Con el propósito de acercar la radio a la gente del campo, esta emisora realiza la actividad denominada “Las caravanas de Radio Maraón”. Un día de cada mes, la radio elige un caserío o un poblado y lleva asistencia especializada de todo tipo¹³, combinada con el deporte y el entretenimiento. Desde enero hasta junio de 2003, se realizaron siete visitas a diversos caseríos (Figueróa Nelson, 2004).

2.2.4. Integradora

Con diversos géneros radiofónicos fortalece las experiencias locales, las intercomunica con otras y posibilita la integración de los pueblos y autoridades. A partir de esta labor, la radio comunitaria construye redes de radiodifusión porque reconoce la necesidad de articular el espacio local, regional, nacional y mundial.

Radio Favela – Belho Horizonte, Brasil (106.7 FM). A finales del régimen militar (1981), el tráfico de drogas comenz  o a dominar las favelas que, normalmente, están situadas en los cerros, a las afueras de la ciudad¹⁴

Uno de los lugares elegidos para el tráfico es el cerro de la Serra, donde está la Villa “Nossa Senhora de Fátima”. Pero, allí se encuentra un grupo de jóvenes que organiza una verdadera cultura de resistencia contra la drogadicción. La misión de ellos es difícil: frenar

¹³ Los temas que se tratan en las caravanas son jurídicos, médicos, agrícolas, de participación ciudadana, cuidado de animales domésticos, saneamiento ambiental, comunicación y otros. Después de la exposición, los especialistas responden a consultas personales de la población.

¹⁴ Son regiones elegidas por los traficantes, que se establecen en esas zonas y manejan la vida de la favela. Por tener un diseño urbano irregular, prácticamente sin calles y con dificultades de acceso, la policía tiene problemas para ubicar el lugar, lo que da seguridad a la Mafia de la droga. En razón del tráfico y de las pésimas condiciones de vida, es muy grande también el número de jóvenes que se tornan adictos en las favelas.

el avance de las drogas en las villas y sacar a la juventud de la marginalidad. Son esos mismos jóvenes los que fundaron Radio Favela y realizan ese trabajo por medio de la emisora.

Al médico, Helio Pereira do Nascimento, director del programa de disminución de daños causados por las drogas del Ministerio de la Salud en Brasil, le llamó la atención el discurso de Radio Favela. El funcionario de la salud pasó a acompañar el trabajo de la emisora, a grabar los mensajes contra las drogas y a utilizarlos en el tratamiento de algunos de sus pacientes. “El trabajo de la emisora es valiente porque no reproduce el discurso de las campañas tradicionales que culpa al usuario por la violencia, haciendo aumentar así el nivel de intolerancia a esos individuos, generando aún más violencia” (ALER, 2004).

2.2.5. Es Inclusiva

Propugna que los sectores menos favorecidos de su audiencia intervengan en los asuntos públicos de sus localidades y sus regiones. Fomenta la capacidad de propuesta y trabaja en el acceso a la información pública de su audiencia, con la finalidad de contribuir a una oportuna toma de decisiones.

Radio Pío XII – Potosí, Bolivia (1600 AM). Aparte de tener gran influencia en la opinión pública, Radio Pío XII busca incidir en lo concreto, en lo institucional, lo organizativo y lo político. Un ejemplo de esta incidencia es lo que se logró con el programa “Manos a la obra”. La Ley de Descentralización Administrativa decía que los concejales en cada municipio debían elegir al candidato a consejero departamental. Tradicionalmente esto lo hicieron los partidos políticos, a dedo.

En Llallagua, hace dos años se cambió eso. Se consultó a la gente utilizando la radio: “¿Qué dicen de esta forma de elección?” La gente decía que no se podía tolerar eso, que querían elegir. Como la

población lo pedía, entonces el Municipio de Llallagua llamó a elecciones.

Se presentaron siete candidatos designados por organizaciones civiles, no partidarias. El consejo municipal organizó las elecciones, con papeletas, boletas y ánforas y la población votó por uno de los candidatos y así lo eligieron. Como la ley dice que el consejo debe designar o nominar, ellos han elegido formalmente al consejero, pero quién ha elegido realmente ha sido el pueblo (Mitre Susana, 2004).

Radio Alas (Alas para la Comunicación Popular, Asociación Civil, FM Alas) en la provincia Río Negro, Argentina (89.1 FM). En septiembre del 2000, había un proyecto municipal de ceder tierras fiscales para la construcción de un campo de golf. La gente estaba muy indignada, porque era tierra productiva y había mucha gente que no tenía dónde vivir. En el 2002, Fidelia Ayllapan, pobladora mapuche, fue a la radio a contar que, si ella no tenía tierra no podía dar de comer y vestir a sus hijos. Lo que ella sabía hacer era trabajar la tierra. Quería usar la radio para convocar a otros que pensaban como ella y a quienes les pasaba algo similar.

Como resultado de la entrevista con Fidelia, se organizó una movilización. Numerosos ciudadanos que como Fidelia no tenían un pedazo de tierra para trabajar, tomaron las tierras y las defendieron. Radio Alas, que había sido el espacio de convocatoria, investigó todo el proceso de las tierras fiscales a nivel legal. Descubrieron que existían recursos de amparo ciudadano para que las tierras no fueran cedidas a la iniciativa privada y pararon la iniciativa del Estado. Como efecto de la movilización y las informaciones, se revocó la decisión estatal (Villamayor, 2004).

La comunicadora peruana, Rosa María Alfaro¹⁵, señala que, en radios comerciales conocidas, la inclusión es aun una dificultad pues

¹⁵Comunicadora social peruana. Coordinadora de la especialidad de Comunicación y Desarrollo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. Es directora Ejecutiva de la Asociación Civil Veeduría Ciudadana y, fue presidenta de la Asociación de Comunicadores “Calandria”, organización civil dedicada a la

consideran a la persona como un simple oyente. Por ejemplo, cada vez que llama a la radio, los conductores preguntan sobre el problema de su comunidad y, luego le dicen: “Gracias por llamar. Vamos a comunicarnos con las autoridades para que resuelvan el problema”. Pero, no existe una propuesta de cambio que surja desde la propia población y que las radios impulsen desde sus micrófonos. Esta es la gran diferencia.

Por su parte, el director de Radio Cutivalú, Rodolfo Aquino afirma que, por ejemplo, Radio Programas del Perú (RPP) – emisora que mantiene por muchos años, el primer lugar de sintonía a nivel nacional – tiene una participación reducida y a veces la información es mal contada por sus oyentes, porque dicha radio le otorga un tiempo reducido de participación.

2.3.- La finalidad

Estas emisoras nacen con un propósito social porque albergan como misión democratizar la palabra para democratizar la sociedad, acción enmarcada en la promoción de valores como la justicia, equidad e igualdad. Además, se ha incluido dos aspectos: la participación y la interacción. Es decir, los procesos de emisión y respuesta, entre radio y oyente son más palpables porque, los contenidos de los programas están ligados a lo que los oyentes proponen.

La finalidad constituye la búsqueda de una comunicación para el cambio social. Para esta tarea, se enfrentan a un escenario complejo donde ya no resulta el discurso de la resistencia sino que, su caminar político comunicacional está abocado no solo a la búsqueda de lo reactivo sino de lo creativo, es decir que la población no solamente se

evaluación del trabajo que realizan los medios de comunicación del Perú, incluso son de los escasos grupos que ha realizado un análisis de la Ley de Radio y Televisión, promulgada el 15 de julio del 2004.

queje de sus problemas y mantenga el argumento que la autoridad no trabaja sino que promueve a que el afectado busca y genere alternativas de solución. Por ello, se busca que el público sea participativo.

Por diversas razones, una comunidad no tiene un real acercamiento entre sus miembros aún estando vinculadas por intereses o características comunes.

Aquí encontramos una de las funciones primordiales de este tipo de radios: Ser unión entre los integrantes de una comunidad, lo que se logra fomentando la participación en los espacios de diálogo, generando una identificación del oyente con la emisora.

Las radios comunitarias albergan una rentabilidad sociocultural. Así como hay lugar en el espectro para radios comerciales y para radios estatales, también existen espacios para emisoras que pretenden aportar a la construcción de ciudadanía, el ejercicio de derechos y el cumplimiento de deberes con el objetivo de aportar a la mejora de la calidad de vida.

Un ejemplo es el impulso y apoyo al respeto de los derechos humanos, una campaña que iniciaron las más de 70 emisoras afiliadas a la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) en Perú para difundir en todos los rincones del país, las conclusiones de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR).

En este informe se detalla las causas y consecuencias de los más de 20 años de guerra interna que sufrió el país, una lucha entre el Estado Peruano y los grupos terroristas, Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) que, según las conclusiones de la referida comisión, dejó un aproximado de 69 mil muertos, entre civiles y militares.

Las emisoras participantes en esta campaña fueron: En Ancash: Radio Calor, Radio Manantial, Cecipros, Centro Decos

Huari; en Cajamarca: Radio Coremarca, Radio Marañón, Radio Santa Mónica; en La Libertad: Chami Radio, Radio Bahía, Radio Los Andes, Radio San Sebastián, Centro Micaela Bastidas, SEDYS; en Lambayeque: Radio Universitaria, Radio Vino, Grupo Mujer; en Piura: Radio Cutivalú.

En el sur del país se unieron a esta campaña: en Abancay: Intiradio; en Arequipa: Radio Yaraví, Radio San Martín, Radio Armonía; en Cusco: Radio La Salle, Radio Quillabamba, Radio Sicuani; en Ica: Radio Continental, Radio Cruz del Sur, Radio La Achirana; en Madre de Dios: Radio Madre de Dios; en Moquegua: Radio Altamar; en Puno: Radio La Voz de Allinccapac, Pachamama Radio, Radio Tentación, Radio Juliaca, Radio Onda Azul y; en Tacna: Radio Uno.

Por otro lado, en la región centro del país se unieron: en Ayacucho: Radio Amauta, Radio Intiandina, Radio Melody; en Junín: Radio Cumbre, Radio Amazónica; en Lima: Radio Enmanuel, Radio Santa Rosa, Radio Milenia, Radio Stereo Villa.

Finalmente, en la región oriente estuvo: en Loreto: Radio Oriente, Radio Ukumara Ipsa, Radio San Lorenzo, Radio La Voz de La Selva; en San Martín: Radio Star Plus, Radio Prodemu, Radio La Voz de Cainarachi; en Huánuco: Radio Amistad, Radio Luz y Sonido; en Ucayali: Radio San Antonio.

2.4.- Su legalidad

La legalidad de las emisoras comunitarias sigue cuestionada por múltiples gobiernos, argumentando que muchas de ellas no cuentan con el permiso para transmitir. Es decir, que son ilegales o, para ser más exactos, está en trámite su formalización. Pero, es necesario señalar que el problema de la legalidad de las radios comunitarias no está en función a un permiso o la autorización que pueda otorgar el ente encargado sino más bien, es una cuestión de aplicación de los derechos fundamentales, como el derecho a la

libertad de expresión y de pensamiento, derecho de informar y estar informado, derecho a hacer empresa, entre otros.

La libre expresión está avalada por el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948: «Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de frontera por cualquier medio de expresión». La garantía de la “difusión por cualquier medio” es fundamental, aunque todavía sigue escapando a la consideración de muchos Estados.

La Constitución Política del Perú, en su artículo 2 inciso 4 señala: Toda persona tiene derecho a: “las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley (...) Es delito toda acción que suspende o clausura algún órgano de expresión o le impide circular libremente. Los derechos de informar y opinar comprenden los de fundar medios de comunicación”.

Por su parte, la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, promulgada el 15 de julio de 2004 señala en su Título Preliminar, artículo 1, inciso b) que el acceso a los servicios de radiodifusión se rigen – entre otros principios – por el principio de Libertad de Acceso, es decir, el acceso a la utilización y prestación de los servicios de radiodifusión está sujeto a los principios de igualdad de oportunidades y de no discriminación¹⁶. Asimismo, en el artículo 2, incisos b, c y e

¹⁶ El Dr. José Perla Anaya, especialista en Derecho de las Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), considera que la libertad de acceso implica la existencia de una relación de derechos y obligaciones entre el ciudadano y la autoridad competente administrativamente. Implica que ésta no puede negar a nadie la posibilidad de ser usuario (televidente o radioescucha) u operador del servicio de radio y televisión, siempre que el postulante satisfaga a

señala que la prestación de los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios: la libertad de expresión, de pensamiento y de opinión; el respeto al pluralismo informativo, político, religioso, socio y cultural.

Es decir, existen normas supranacionales y nacionales que protegen, los derechos fundamentales referidos líneas arriba, situación que, según la experiencia de varias radios comunitarias, no se ha respetado. Es decir, el problema sigue el cauce de los derechos humanos.

Por otro lado, las trabas burocráticas es otra de las barreras con las que tienen que lidiar las emisoras comunitarias para conseguir una licencia y formalizarse. Falta equidad, porque grandes grupos de medios de comunicación son los que acceden a una licencia por una cuestión simple: dinero no les falta, pues la ley contempla un concurso público para otorgar frecuencias, una subasta en la que ganan las grandes empresas porque, es conocido que las radios comunitarias tienen el déficit económico como uno de sus mayores problemas. (Aquino, 2006).

En el 2002, se publicó el Informe Anual del Relator de Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA), Eduardo Bertoni donde, en el Capítulo IV referido a la Libertad de expresión y pobreza, se añade un subcapítulo titulado: “El ejercicio de la Libertad de Expresión por medios de comunicación comunitarios”, en el cual se afirma que resulta inadmisibles el establecimiento de marcos legales discriminatorios que obstaculizan la adjudicación de frecuencias a radios comunitarias¹⁷. El informe precisa su postura de esta manera:

plenitud los requisitos legalmente exigibles para el acceso y que haya disponibilidad del servicio.

¹⁷ El Dr. Eduardo Bertoni se refería, en general, a los países de Latinoamérica. Incluso, la Relatoría ya ha tomado posición en casos de radios comunitarias de Paraguay, Guatemala y México donde se ha exigido a los gobiernos de dichos países que se reconozcan a este tipo de emisoras. El informe no detalla sobre normas

“(...) preocupa las prácticas que, aún en los casos de funcionamiento en el marco de la legalidad, importan amenazas de cierre injustificadas o incautación arbitraria de equipos. (...) Por lo expresado, la Relatoría entiende que los Estados en su función de administradores de las ondas del espectro radioeléctrico deben asignarlas de acuerdo a criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades a todos los individuos en el acceso a los mismos” (FARCO, 2004).

En la actualidad se siguen cerrando radios comunitarias. El 2 de agosto de 2006 apareció en el boletín de noticias del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), que en Brasil, tras la clausura de la radio comunitaria Heliópolis, la más grande de Sao Paulo, otras 16 radios fueron clausuradas por orden de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL) y la Policía Federal de Brasil (PF). El operativo clausuró las radios que no contaban con autorización de funcionamiento¹⁸.

La actual Ley de Radio y Televisión del Perú contempla dos modalidades habituales para las autorizaciones del servicio de radiodifusión: a solicitud de parte o por concurso público. La referida ley en su artículo 16 –Modalidades de Otorgamiento de la Autorización – precisa que el concurso público es obligatorio cuando la cantidad de frecuencias o canales disponibles en una banda es menor al número de solicitudes presentadas.

específicas, pero deja sentada su posición al manifestar que las radios comunitarias deben actuar en un marco de legalidad facilitado por los Estados porque responden, en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. Esta sociedad también se incluye dentro del Derecho de Comunicación.

¹⁸ Las radios clausuradas: Livre (Universidad de Sao Paulo), Planeta, Macedônia, Nova Dimensão, Belém da Serra, Monte São, Radical, Distak, Afageu, Getsemani, CA Jesús, Celebrai, Performance. La mayoría funcionaban en Sao Paulo y otra en Francisco Morato, al sureste del país. Según el Ministerio de las Comunicaciones, entre 1998 y 2005 fueron autorizadas 2.345 licencias de funcionamiento para radios comunitarias en el país, no obstante, ningún permiso se otorgó en Sao Paulo.

Esta segunda modalidad de otorgamiento supone que la entrega de la autorización está ligada a la oferta económica de los postores incluyendo el proyecto comunicacional, es decir cuál es el plan de trabajo que va a aplicar la radio en la comunidad luego de otorgada la frecuencia y autorización por parte del MTC. No hay que olvidar que la radiodifusión es un servicio público, por ello debe contemplarse las necesidades comunicacionales de la población del área de cobertura comprometida¹⁹.

Asimismo, la legalidad de las radios comunitarias está ligada a la existencia de regulaciones y políticas claras de Estado que propicien el ambiente adecuado para que una experiencia de emisora comunitaria pueda desarrollarse sin censura y sin presiones.

En general, las legislaciones en América Latina califican a las radios comunitarias como de mínima cobertura, pues les está permitido transmitir solo en espacios limitados geográficamente. Afirman que, por lo general, las radios comunitarias no se escuchan más allá de algunos kilómetros a la redonda, incluso en unas cuantas cuadras (Radio Universidad de Chile, 2005).

La posesión de una licencia es toda una aventura para una radio comunitaria. Muchas carecen de una licencia legal en el intento de los gobiernos de reservar el espacio radioeléctrico para otros menesteres como instalar más emisoras estatales u otorgar licencias a otras radios comerciales. No son radios clandestinas, son modelos

¹⁹ Perla Anaya precisa que a pesar que las disposiciones reglamentarias señalan que los concursos se resolverán en base a la oferta económica (tipo subasta), también se abre un mecanismo de evaluación de la propuesta de comunicación presentada por los postulantes, en el que puede tener importancia la calidad profesional o técnica de la propuesta y su contribución al desarrollo de la zona del país donde operaría el servicio de radiodifusión. Asimismo, resalta el trabajo que pueda realizar en los concursos públicos el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) en la evaluación de las ofertas en el plano legal, económico, social y de comunicación que ofrecen todos los postulantes.

legítimos dentro de un marco de espacios legales insuficientes en muchos países. La ilegalidad no es una responsabilidad total de éstas, sino que los diversos gobiernos han consentido muchas trabas burocráticas, además de tener cierto recelo hacia ellas por el trabajo que realizan en diversas regiones (Aquino, 2006)

2.5.- La participación del oyente

Estas emisoras aspiran a una mayor democratización de la comunicación radiofónica mediante la consideración del ciudadano como sujeto deseoso de transmitir información a sus semejantes y no sólo como objeto receptor” (Ibarra, 1991, p 6).

Los ingleses Peter Lewis y Jerry Booth, proponen un Código de Práctica que implica, servir a comunidades geográficas o de interés; facilitar el progreso, bienestar y disfrute de los oyentes cubriendo sus necesidades de información, comunicación y cultura; reflejar la pluralidad y diversidad de opiniones de la audiencia de la comunidad; extraer su programación de fuentes regionales o locales, más que nacionales, entre otras. (Lewis; Booth; 1992, pp. 283-284).

Una de las características fundamentales de las emisoras comunitarias es su naturaleza participativa; han servido como núcleo de reunión social y hasta como eje de convocatoria a asambleas para la toma de decisiones.

Los ciudadanos practicaban una comunicación horizontal, participativa, dialógica y alternativa²⁰. Un ejemplo de esta actividad se

²⁰ La AMARC considera que la participación de las emisoras comunitarias en la vida de la comunidad es otra de sus señas de identidad, pues tienen un especial protagonismo los temas y principios locales ya que el objetivo último es la mejora de las condiciones sociales y de la calidad de la vida cultural de las comunidades. A partir de estas consideraciones y ofreciendo una atención preferente a la comunidad, las emisoras comunitarias promueven una

presenta en Radio Sur en la provincia de Córdoba, Argentina (90.1 FM). Esta radio se ubica en la Villa El Libertador, un barrio densamente poblado, de unos 30 mil habitantes, al sur de la ciudad de Córdoba²¹. Radio Sur nació en los tiempos del movimiento social de Argentina (10 de diciembre de 1988). La democracia era joven y las organizaciones estaban resurgiendo después de años de represión. Pero, a partir de los años noventa, la política partidista logró estar presente en el movimiento barrial, aprovechó la desocupación de los dirigentes y dividió al fin a las organizaciones.

Hoy, la situación es diferente. Aunque no se ven surgir muchos nuevos actores, la radio está privilegiando no tanto las organizaciones de base, sino sectores convocados por la emisora a partir de algunos proyectos paralelos: especialmente los jóvenes y los niños. El único nuevo actor organizado que ha surgido con fuerza en la Zona Sur, en estos últimos años, es sin duda la Comisión del Inodoro Gigante, hoy el Partido “Despertar” (Geerts, ALER, 2004).

La Comisión del Inodoro Gigante se formó luego que las aguas servidas (desagües) de los barrios vecinos desbordaron los pozos sépticos e inutilizaron los sanitarios. Las aguas servidas salían a la superficie y llenaron los patios y las casas. Cuando los vecinos reclamaron ayuda de las autoridades, estas respondieron con medidas propagandísticas y baratas. Se agravó la situación de insalubridad en el lugar: se desató una epidemia de hepatitis que en cierto momento afectó al 17% de los pobladores. Durante meses no hubo solución a la

participación no mediada de amplios sectores de la población y muestran una especial atención a la participación de sectores de la denominada periferia social

²¹ El público de la radio abarca también los barrios vecinos de la Villa Libertador. La zona sur tiene una población de 130 mil habitantes. Córdoba es una de las ciudades más antiguas de la Argentina, con un centro histórico considerado como patrimonio cultural de la humanidad. A mediados del siglo pasado, tuvo un auge económico importante a partir de la industria automotriz. En 1969, Córdoba fue escenario de un levantamiento popular, “El Cordobazo”, que inició un movimiento de vuelta a la democracia que a su vez desembocó en el regreso de Juan Domingo Perón (1973).

vista. Al final, los vecinos se constituyeron en la “Comisión del Inodoro Gigante” y decidieron interrumpir el tráfico de la avenida central con una construcción de un inodoro de 8.5 metros de altura. Al lado de ellos, estaba Radio Sur instalada de nuevo.

La presencia de la radio en la movilización popular culminó con un proceso de meses, durante los cuales el tema de las aguas subterráneas y de la Comisión del Inodoro Gigante había estado permanentemente en la noticia de la radio. A través de Radio Sur, la comisión aprendió a negociar con las autoridades, a descubrir las artimañas de los políticos, a ver la necesidad de hacer planes más estratégicos y a buscar aliados.

Puesto así, la radio puede y debe permitir la participación de la comunidad en su programación, con la creación de programas, que cubran el interés y las necesidades de la población a la que se dirige. Que cree espacios o encuentros para la recreación de la misma, promoviendo las actividades políticas, educativas, culturales y deportivas que se generen en su área de influencia.

Otro ejemplo es Radio Teocelo en el estado de Veracruz²², México (1490 AM), es la única radio comunitaria, legalizada, que nació como radio comunitaria en México en 1965. El programa “Cabildo Abierto” es uno de aquellos programas radiales que busca de las autoridades locales una respuesta a la población sobre las acciones que viene realizando dentro de su comuna.

²² Teocelo es una pequeña ciudad cafetalera en las faldas de la Sierra Madre Oriental, entre los 1000 y 2.300 metros sobre el nivel del mar y a una hora de Xalapa, capital del estado de Veracruz. Es una región con alto índice de marginalidad, que comprende siete municipios y alrededor de dos millones de habitantes. En la actualidad, hay mucha migración porque el precio del café, una de las principales fuentes de vida de la zona, se ha desplomado y la gente tiene que salir a buscar trabajo a otras partes de México y a los Estados Unidos.

Para nadie es novedad que muchos alcaldes manejan a su antojo las alcaldías y a raíz de eso se ha conocido casos de corrupción, de negligencia, compadrazgo, amiguismo. En 1998, ya la provincia de Xalapa estaba cansada de tanta corrupción y por primera vez, en muchos años, el PRI (Partido Revolucionario Institucional), partido oficial que llevaba más de 70 años en el poder, perdió varias alcaldías que fueron tomadas por presidentes de los partidos de oposición, el Partido Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

En enero de 1998, se empezó la revista radiofónica “Luna Llena”. La revista tiene diferentes secciones. De 9 a 10 de la mañana, presenta: “Cabildo Abierto” y en el primer programa asistieron cinco presidentes municipales. Así es como se ha ido construyendo este espacio de acercamiento entre autoridades y ciudadanos, por primera vez en la historia de la región, se dio información de cuál era la nómina de los ayuntamientos, cuánto ganaban de sueldo el presidente municipal hasta el último policía (Velasco, ALER, 2004).

Ningún proceso de comunicación comunitario puede ser sostenible si no cuenta con el apoyo de la comunidad, y si no la representa en su proyecto de largo plazo. Una experiencia de comunicación comunitaria se legitima cuando su proyecto político comunicacional representa las aspiraciones de su audiencia. Su vinculación con los actores sociales es lo que garantiza su permanencia en el tiempo.

Muchas experiencias comunitarias han fracasado debido a su falta de articulación con los actores sociales. En la medida en que las voces de la comunidad dejan de expresarse a través del medio comunitario, se produce un alejamiento entre el medio y sus actores. El proceso de apropiación social del medio queda mermado e interrumpido (Aquino, 2006)

2.6.- Cobertura y potencia

Como hemos mencionado, las radios comunitarias no se definen por la potencia de su transmisor o, por su ubicación en zonas rurales. Las radios comunitarias pueden ser grandes o chicas, de corto o más alcance geográfico. Lo comunitario no hace referencia a un lugar pequeño sino a un espacio de intereses compartidos. (López Vigil, 2000).

Como ya hemos mencionado, legislaciones como la peruana consideran a lo comunitario como “lo reducido, lo pequeño”²³. Sin embargo, existen emisoras que poseen transmisores de cierta potencia como Radio Cutivalú de Piura. Su transmisor de AM con 10 kilovatios cubre casi las ocho provincias del departamento²⁴. Además, esta emisora se encuentra ubicada en la capital del departamento y durante 20 años, cientos de oyentes se han traslado desde sus zonas de origen hasta la ciudad para dar a conocer sus denuncias.

En Bolivia, por ejemplo, luego de muchos años se ha logrado avanzar con el reconocimiento de la real cobertura de las emisoras comunitarias. El 14 de mayo de 2005, el ex Presidente de la República, Carlos Mesa Gisbert junto con el pleno del Congreso, firmaron un Decreto Supremo para la Radiodifusión Comunitaria, lo

²³ La Ley 28278 – Ley de Radio y Televisión – en su artículo 9 señala que los servicios de radiodifusión, en razón de los fines que persiguen y del contenido de su programación, se clasifican en: Servicios de Radiodifusión Comercial, Servicios de Radiodifusión Educativa y, Radiodifusión Comunitaria. Esta última la define como aquellas estaciones ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integridad nacional. El experto en Derecho de las Comunicaciones, José Perla Anaya señala que es importante que esta nueva ley contemple el servicio comunitario de la radiodifusión porque sirve al desarrollo integral de las comunidades nacionales.

²⁴ Piura tiene una población de 1 millón 630 mil 665 habitantes según los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) del censo realizado en el año 2005. Su territorio es de 35 mil 892.49 Km². Sus provincias son: Ayabaca, Huancabamba, Morropón, Sullana, Talara, Paita, Sechura y Piura.

que representa un claro avance en el reconocimiento de estas emisoras y pone en camino a Bolivia en el cumplimiento pleno de las recomendaciones de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en esta materia (AMARC, 2004).

El proyecto, impulsado por AMARC-Bolivia y otros sectores sociales y académicos, abre un espacio de reconocimiento legal a la radiodifusión comunitaria en dicho país, posibilitando que los pueblos indígenas y comunidades rurales tengan acceso a administrar radio y televisión.

Para José Luis Aguirre, representante de AMARC en ese país andino, esta decisión "sienta un precedente tanto para Bolivia como para toda la región". En el decreto firmado por el presidente Carlos Mesa, en la reglamentación aprobada no existen limitaciones de potencia, de frecuencias, ni tampoco de la difusión de anuncios, hecho que las distinguirá de experiencias similares en otros países.

En otros países como Chile, la situación es distinta porque no existe aún legislación referente a las radios comunitarias. El gobierno de Michelle Bachelet, con motivo de la conmemoración de los 50 años del Colegio de Periodistas de su país, se ha comprometido a impulsar una normativa que reglamente el funcionamiento de las emisoras comunitarias. Dentro de esta iniciativa se incluye la sustentabilidad de los medios.

En lo que respecta a la potencia y cobertura, debemos considerar el aporte de diversas congregaciones ligadas a la Iglesia Católica y las Iglesias Cristianas Evangélicas que han apostado por estas experiencias de comunicación. Su aporte económico para la instalación y compra de equipos (transmisor y antena), ha permitido llevar la comunicación a decenas de comunidades alejadas. Desde los años cincuenta, varias emisoras comunitarias funcionan gracias a este apoyo.

Uno de los ejemplos interesantes es Radio Pío XII, en la región minera de Bolivia, creada inicialmente para combatir el alcoholismo y el comunismo. Algunas de las experiencias ejemplares de radio comunitaria en América Latina, como Radio Enriquillo (República Dominicana), Radio Huayacocotla (México), Radio Quillabamba (Perú), o la primera de todas, Radio Sutatenza (Colombia), surgieron como iniciativas de sacerdotes católicos y órdenes religiosas.

2.7.- Uso de equipos y nuevas tecnologías

Aún existen grandes diferencias en el uso de equipos de última generación entre estas radios. Así, algunas trabajan con computadora, con los últimos programas informáticos y hasta en cinco áreas de la empresa. Otras sólo tienen una computadora en la cual, por horas, realizan diversas tareas. Estas deficiencias en equipos condiciona, a veces, la entrega de buenos trabajos radiales.

La Red Macronorte (proyecto de la Coordinadora Nacional de Radio en la cual participan todas las asociadas de la zona nor oriental del Perú), se ha establecido una red informativa macro regional y una tertulia sabatina donde se tratan temas relacionados a la problemática de la mujer y de los jóvenes. Muchas de las asociadas a esta Red, como Radio Vino (Trujillo) o Radio Coremarca (Cajamarca), tienen problemas en la adquisición de equipos, el envío del trabajo por vía electrónica, pero igual cumplen.

Durante la última Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información que transcurrió en Túnez en noviembre del 2005, la comunicadora María Suárez Toro, codirectora de Radio Internacional Feminista, una emisora que en sus inicios traspasaba las fronteras de Costa Rica gracias a sus transmisiones en onda corta, relató cómo su radio logró conectarse “en vivo” a Internet.

"Cuando quisimos desarrollarnos, nos dijeron que para montar una radio en Internet necesitábamos un millón de dólares y una tecnología súper avanzada. Sin embargo, la solución no

demoró. Éramos las ingenieras y técnicas de nuestra radio en onda corta, así que decidimos usar toda nuestra tecnología antigua de la radio, con un cordón umbilical hacia la computadora" (Grogg, 2005).

De ese modo, el equipamiento en sus coberturas noticiosas incluye una mezcladora, una grabadora, un micrófono y una computadora que se conecta a Internet. Un estudio reciente probó que su audiencia se extendió a 145 países en los últimos cinco años. La emisora difunde sus materiales en español e inglés, lo que a juicio de Suárez tiene la ventaja de "conectar" al sector femenino latinoamericano con mujeres de Asia, África, Europa, Estados Unidos y Canadá. (Grogg, 2005).

“Las nuevas tecnologías ofrecen un desafío muy interesante porque mucho de lo que conocemos de ellas está plasmado en relación con el mercado. El gran desafío, como radios comunitarias, es el manejo adecuado de las nuevas tecnologías, que sirvan no sólo para conseguir dinero sino para dar a conocer propuestas de mejoras en la calidad de vida (...) poder usar estas nuevas tecnologías para incorporar a la ciudadanía a estas nuevas formas de aprendizaje”. (Matta, 2005).

María Pía Matta²⁵ añade: “La radio con Internet resuelve el tema de la libertad de expresión. Estamos copados con informaciones de las grandes agencias noticiosas que también pertenecen a otros conglomerados que ya han hecho su opción sobre qué opinan. Podemos ofrecerles a los auditores algo que va saliendo de una expresión social, no ya del empresario o la de los partidos políticos sino que otra. Eso hace que la democracia sea más densa, que tenga

²⁵Periodista Chilena, experiencia en Gestión de medios, Comunicación estratégica y Derecho a las comunicaciones. En la actualidad es Presidenta de la Corporación La Morada, Vicepresidenta de la Asociación Mundial Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC). Ha sido reportera de radio Globo Río de Janeiro (Brasil), periodista del diario *La Nación* (Santiago de Chile), subdirectora Radio Tierra (Chile) y jurado en diversos premios de publicidad.

más sentido”. Sin embargo, para que todo esto ocurra es necesario que la propia comunidad asuma a sus radios como medios propios, que existan políticas públicas que potencien el quehacer de las radios comunitarias y que, a su vez, permitan superar la brecha digital.

Debido a la revolución en la tecnología, las radios comunitarias necesitan capacitación en diversos tópicos, desde conocimientos técnicos básicos hasta técnicas, habilidades y destrezas en producción de programas, programación, gerencia, mercadeo, dirección financiera, mantenimiento de equipos, relaciones públicas y en una serie de aspectos relacionados con el conocimiento de su audiencia o comunidades y de visión política para poder llevar adelante, con sentido, sus proyectos y propuestas (Grogg, 2005).

Estas radios necesitan una capacitación especializada basada en las necesidades específicas de la radio en Internet. Esto permitirá que el profesional de la radio comunitaria genere productos donde su audiencia vea reflejada su problemática²⁶.

Son muchos los beneficios que traen para las localidades las nuevas tecnologías en sus propias radios comunitarias, pero uno de los más visibles es aproximarse a espacios a los que antes no tenían acceso y que en la era actual, están reservados solo para quienes acceden a la información. Los niveles de acceso y apropiación de estas nuevas tecnologías de parte de las radios comunitarias aún son reducidos.

2.8.- Programación

²⁶ Según Radio Universidad de Chile, en América Latina, por ejemplo, hay sólo un 23% de conectividad, es decir, de acceso a Internet, cifra que disminuye a un 3% en el caso de África. Es la llamada brecha digital, la nueva desigualdad que enfrenta la sociedad actual. En Chile esta situación es patente en las zonas extremas o apartadas del país, pero también dentro de la misma Región Metropolitana.

Las radios comunitarias se encuentran en un momento de cambio que demanda repensar sus proyectos políticos comunicativos y de estrategias para lograr incidencia. ¿Esto cómo se explica? Pues, el mayor interés de las radios comunitarias es lograr articularse a proyectos sociales y políticos más amplios. Las razones son abundantes y conocidas: la comunicación es un lugar central de la vida social y la imaginación de las prácticas políticas contemporáneas.

A la vez es un campo especialmente tensionado de intereses, pues se producen colisiones semejantes a las que se viven en otras áreas de la sociedad como en la economía o en la circulación de conocimientos, en la exclusión de los sectores menos favorecidos como los sectores pobres, las mujeres, los jóvenes y los discapacitados.

Aunque los proyectos políticos plasmados en su programación están surtiendo, en muchos casos, los efectos esperados, en la actualidad es evidente la falta de visibilidad social y cultural en la que han caído otras experiencias comunitarias, pues se han quedado en la prédica del más fuerte contra el más débil, el rico contra el pobre, sin tomar en cuenta las acciones y propuestas que se están brindando desde diversos sectores y de las que falta difusión.

En ese sentido, la comunicadora brasilera Cecilia Krohling señala que las emisoras comunitarias se caracterizan por fomentar una programación interactiva con la audiencia, tanto a través del micrófono, como la producción y emisión, por parte de colectivos y sectores de la población, de sus propios programas. (Krohling, 1998, pp. 43-44).

La programación de la radio debe reflejar las necesidades planteadas de su público y apoyar el proyecto político comunitario. Asimismo, debe englobar contenidos representativos de los intereses de la comunidad en la que se desenvuelven.

Una emisora no debe estar al servicio de un solo grupo social, económico o político. Es necesario aceptar que, en algún momento, algunas emisoras han orientado gran parte de su programación a una sola tendencia. Sin embargo, se comprendió que la puesta en práctica de sus principios debe incluir la tolerancia e inclusión de las opiniones distintas²⁷.

Su programación debe incluir temas como la defensa de los derechos humanos, la promoción del desarrollo, la equidad de género, la promoción de la mujer, el respeto a las étnias, conservación del medio ambiente, participación de los jóvenes, protección de la niñez y de los adultos mayores, educación, salud, integración nacional y regional.

Asimismo, su programación relaciona la participación de los actores sociales con el respaldo de la audiencia. Sin la participación de la comunidad, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. Por ello, es necesaria la participación del oyente en la elaboración de su programación, pues no puede decir: “Yo le doy a la gente lo que le gusta porque yo sé lo que le gusta”.

Generalmente, una emisora de este tipo está abierta a que la misma gente manifieste su desacuerdo y proponga alternativas a la mejora de los programas que se presentan, logrando que haya más interacción con su público y una mejora en lo que se ofrece dentro de la programación, como servicio y como producto.

Radio San Roque en Ciudad Ayolas - Río Paraná²⁸, Paraguay.

²⁷ Radio Cutivalú tiene como uno de sus principios el impulso del desarrollo regional a través de la agricultura. Sin embargo, eso no impide que en sus estudios se entrevisten a personajes relacionados a otros sectores productivos vistos como enemigos de la agricultura – léase sector minero -.

²⁸ La señal de la radio cubre los departamentos de Misiones, Ñeembucú e Itapúa y se escucha también en otros tres departamentos del sur del Paraguay. La audiencia potencial se estima en 500 mil personas. La radio es propiedad de la Diócesis de San

Esta radio tiene su “Asamblea de Oyentes” que se realiza anualmente. La idea nació de forma casual en los estudios de la radio en el año 2000, cuando un grupo de pobladores oyeron que el personal discutía la nueva programación de la emisora.

De pronto, uno de los oyentes levanta la mano. Habla de sus experiencias con Radio San Roque y de cómo ‘vivía’ la radio. Cuestiona un par de cosas relativas al aspecto ‘bomberil’ del trabajo, por ejemplo el haber llegado tarde a algún suceso periodístico; juzgar a cada uno de los periodistas, con valoraciones y cuestionamientos. En fin, deja mucha sabiduría sobre la forma cómo la gente siente la radio.

Por esta participación absolutamente casual, nació la idea la “Asamblea de Oyentes” de Radio San Roque, la que empezó a perfilarse en los años siguientes con el Club de Amigos y alcanzó su momento máximo entre el 2002 y el 2003 cuando la opinión del oyente pasó a tener valor sistemático en la planificación anual de la radio. Hoy, a través de esta asamblea, la radio quiere establecer un contacto directo con los oyentes para evaluar y asimilar la crítica de las posturas editoriales, del discurso radiofónico y los ejes temáticos. Así, la radio busca mejorar su trabajo y está dispuesta, si hace falta, a replantear su visión desde otras visiones compartidas.

2.9.- El rol del comunicador

Siempre se ha cuestionado la calidad profesional del personal que trabaja en una emisora comunitaria. Incluso, las legislaciones que norman el accionar de estas radios proponen la siguiente analogía: comunitario=artesanal=aficionados.

Juan Bautista.

¿Qué implica la palabra “profesional”? La Enciclopedia GER relaciona “el buen profesional con lo moral de la profesión” y, señala que se suele entender como moral profesional aquella parte de la Teología moral que se ocupa de determinadas obligaciones éticas que surgen en relación con el ejercicio de la profesión, con el desarrollo del trabajo, sobre todo en relación a los aspectos externos que tienen una repercusión en la sociedad, cara al prójimo.

Asimismo, se precisa que todas las profesiones tienen una moral profesional que es la de trabajar bien, es decir, asumir todas las responsabilidades que se relacionan con el trabajo o profesión. Por eso, cualquier tipo de trabajo tiene una moral común, que abarca numerosos aspectos que, a veces, quedan relegados a un segundo término, por ejemplo, la competencia profesional previa al ejercicio de la profesión, que conlleva también la responsabilidad de escoger la más adecuada a las aptitudes personales²⁹.

La Enciclopedia GER añade que también es cierto que determinadas profesiones tienen unos problemas concretos, a veces complejos: quien se dedique a ellas tiene el deber de formarse específicamente para poder desempeñar moralmente bien su trabajo. Tales cuestiones son el objeto de lo que cabe llamar moral profesional particular.

El concepto anterior resalta el concepto “formarse”, la formación continua en el periodista que es valiosa como en cualquier otra profesión y, las radios comunitarias no son ajenas a esa formación. En el caso del ejercicio periodístico, es tan necesaria la opción académica como la técnica, tan importante es el querer hacer como el saber hacer. Tanto a los remunerados como a los voluntarios, la dirección de una radio debe exigirles buena preparación: lo que se conoce como profesionalismo (López Vigil, 2000).

²⁹http://www.canalsocial.net/GER/ficha_GER.asp?id=5579&cat=etica, consultado el 24 de setiembre de 2006. 6:10 p.m.

Radio Fe y Alegría – Maracaibo, Venezuela (850 AM). En sus primeros años, esta emisora no contaba con una metodología para la selección de personal que ingresaría a trabajar a la emisora. Dependía del criterio del director, pero hoy intervienen los coordinadores de áreas, según las necesidades.

Para encontrar el nuevo personal, la institución no hace un llamamiento público, sino que busca en las instituciones afines con las que tiene vínculos. Generalmente, se fija en la experiencia previa y la juventud, con espíritu ascendente.

El período de prueba es de 3 ó 4 meses. Al nuevo personal, se le deja asentadas las tareas que debe cubrir. Para evitar cierto atropello en el ingreso del personal nuevo, el plan de formación prevé la inducción por niveles, con actividades específicas y módulos para cada fase del proceso (García, ALER, 2004).

Radio La Cometa, Santander, Colombia (107.2 FM). Desde el inicio de la emisora, un importante segmento de participación en la radio lo han tenido los niños y los jóvenes. Actualmente, este grupo poblacional constituye el 35% de productores y voluntarios en la radio, realizando programas como “Intelectores” y “El Cuarto”. Con este segmento poblacional como prioridad, La Cometa ha participado en dos proyectos de incidencia nacional.

El primero es el proyecto “A gatas, cantos y cuentos para una crianza mejor”, desarrollado por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia y las redes regionales de radio con el auspicio de la Organización de los Estados Americanos (OEA). El proyecto tiene como objetivo general contribuir a mejorar la cobertura y calidad de la educación de la población infantil menor de seis años en situación de vulnerabilidad social. El programa se realiza a través de conversatorios reales en los espacios públicos de cada municipio y del programa radial. Allí se recogen y ofrecen puntos de vista diferentes

en forma amena, sin juzgar ni tomar posiciones definitivas, promoviendo el deseo de compartir, de controvertir.

El segundo proyecto, con financiamiento del Ministerio de Cultura, tiene como objetivo establecer una red entre los estudiantes, el Consejo Municipal de la Juventud y los demás organismos juveniles del municipio de San Gil, provincia de Santander. A través del proyecto, la radio espera conformar un colectivo de jóvenes entrenados para desarrollar estrategias de comunicación educativas. En concreto, producirán miniprogramas radiales enfocados con los ejes temáticos propuestos en el proyecto, participarán en la solución de problemas comunitarios y conformarán una red de comunicación de jóvenes para proponer programas y proyectos que contribuyan con el progreso y desarrollo del municipio (ALER, 2004)

Mejorar el servicio tiene que ver con la profesionalización de la radio, la actualización y mantenimiento del equipo técnico y profesional, realización de producciones propias y de capacitación. Esto requiere de financiamiento. Aunque ciertamente las radios cuentan, por condición propia, con el trabajo voluntario de muchos colaboradores, a los que hay que capacitar, una radio no puede sólo funcionar con eso.

2.10.- El trabajo informativo

El trabajo informativo en este tipo de emisoras va ligado a su aporte en la construcción de democracia, lo que plantea la necesidad de un equilibrio entre los actores sociales, a partir del reconocimiento a la igualdad de las personas y la pluralidad de la participación, más allá de las diferencias sociales, económicas o políticas.

Sobre la base del ejercicio del derecho a la libertad de expresión, las radios comunitarias construyen agendas locales o regionales teniendo como base la opinión de los actores vinculados en un problema específico, facilitando la posibilidad de apropiación de

una herramienta de comunicación y desarrollo. Los informativos en estas emisoras no sólo buscan la opinión oficial de la autoridad o del funcionario público, sino que la prioridad de la información es para “la gente de a pie” que tiene mucho que decir, porque a ellos les afectan de forma directa los problemas.

Por otro lado, para lograr incidencia nacional necesitan formas alternativas de trabajo en red que aún no están lo suficientemente consolidadas. Un problema es que en algunas emisoras de este tipo, la producción informativa no ha logrado una cobertura nacional expectante. Esto limita mucho la capacidad de incidencia en la opinión pública.

El real impacto en la opinión pública a través de la programación y las estrategias periodísticas han tenido serias dificultades para posicionarse en la construcción de agendas de discusión alternativa. Las causas se vinculan con la necesidad de aumentar la formación en periodismo radiofónico en algunos casos, pero en la mayoría tiene que ver con la falta de recursos económicos para sostener al personal que ya ha sido capacitado y de sostener los gastos que demandan las coberturas periodísticas.

2.11.- El financiamiento y la publicidad

Las radios comunitarias reinvierten sus ganancias en la misma emisora y en sus proyectos de desarrollo social. El capital acumulado no es ni puede convertirse en patrimonio de sus ejecutivos. No hay herederos en las empresas comunitarias. Éstas pueden recibir donaciones, tener patrocinios y hacer publicidad como cualquier otra empresa de comunicaciones. Estas han sido por muchos años, las principales características de las emisoras comunitarias en cuanto a los ingresos y mantenimiento de sus empresas, aunque tienen problemas en cuestión de financiamiento y lo que deben negociar y difundir en publicidad.

La trayectoria de supervivencia y desarrollo de los medios comunitarios se parece mucho a la de los artistas del circo que caminan en delicado equilibrio sobre una cuerda floja. A veces caen sobre la red y vuelven a subir para comenzar de nuevo. La diferencia es que en los medios comunitarios la mayoría de las veces no hay una red que amortigüe la caída, por ello muchos proyectos quedan frustrados al poco tiempo de iniciarse, y no logran establecerse en el seno de la comunidad (Gumucio, 2005).

El director de Radio Cutivalú, Rodolfo Aquino afirma que de acuerdo a un estudio que realizó el diario *Arequipa al Día*, se pudo determinar, por ejemplo, que el principal anunciante – el Estado – invierte el 98% de la publicidad estatal en Lima y, la diferencia se la reparten los medios de comunicación de provincias. Hay que indicar que esta investigación sirvió para que el fallecido congresista cusqueño, Daniel Estrada presentara un proyecto de ley para modificar dichas cifras a 50 % por 50 %. Este proyecto sólo quedó como una iniciativa legislativa.

Las radios comunitarias no son ajenas a tener ingresos por publicidad. En sus inicios se especificaba que no tenían fines lucrativos y que su función esencial era la radiodifusión, pues la publicidad limitaba y comprometía la línea editorial, sometiéndola a fines comerciales para no perder clientes. Además, muchas de ellas buscaban fines meramente reivindicativos (Palomino, 2006).

Asimismo, estas emisoras proporcionan una alternativa orientada hacia objetivos sociales sin descartar por completo el fin de sobrevivencia como empresa. No es prioridad el trato a sus oyentes como consumidores pasivos. Es por ello que tienden a trabajar proyectos relacionados con derechos humanos y sostenibilidad para el desarrollo.

De la misma forma, en Latinoamérica siempre se han presentado prohibiciones legales a las radios comunitarias en lo

relacionado a los ingresos por publicidad. El argumento de los gobiernos es que el fin de estas emisoras no es lucrar sino dar un servicio social. Sin embargo, no se ha contemplado claramente la forma de cómo van a sobrevivir estas radios.

Por ejemplo en Chile, el gobierno de Michelle Bachelet se ha comprometido en impulsar una normativa que reglamente el funcionamiento de las emisoras comunitarias. Dentro de esta iniciativa se incluye la sustentabilidad económica de estos medios.

La propuesta señala la posibilidad de emitir publicidad local regulada, pues en la actualidad estos medios no pueden transmitir ningún tipo de avisaje que permita el ingreso de recursos para su funcionamiento.

“No esperamos que nuestros medios se conviertan en radios comerciales”, dijo el presidente de la Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas (Anarcich), Alberto Cancino Cancino, agregando que también pueden existir otros mecanismos como fondos concursables exclusivos para radios comunitarias o subvenciones³⁰.

Por su parte, la comunicadora chilena, María Pía Matta precisa que una emisora comunitaria puede tener ingresos por publicidad pues, “a pesar de establecerse organizaciones sin fines de lucro, no impide implementar estrategias de sostenibilidad que incluya la venta de publicidad y constituirse así, como empresas rentables”³¹. (Matta, 2001).

Para la jefa de programación e integrante del área de Marketing de Radio Cutivalú, Belia Concha, en la actualidad, las emisoras comunitarias trabajan con proyectos financiados por la

³⁰ “Inter Prensa”: Boletín de noticias del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS). Consultado el 22 de setiembre de 2006. 9:00 p.m.

³¹ Hay que referir que el sueldo que recibe el personal contratado en las radios comunitarias es muy variable porque depende de la cantidad de ingresos por publicidad o, por la cantidad de proyectos que ejecutan con financiamiento de la cooperación internacional.

cooperación internacional. Sin embargo, eso no condiciona el ingreso de publicidad dentro de su programación, cuidando que los productos a publicitar no vayan en contra de los objetivos de la emisora, como la igualdad de oportunidades, el respeto a la dignidad de la mujer, entre otros (Concha, 2006).

La sostenibilidad económica, entonces, es apenas un factor entre varios que determinan el éxito de un proceso de comunicación comunitaria. Los otros factores importantes son la sostenibilidad social (cuánto pueden motivar el cambio de la realidad que viven sus oyentes) y la sostenibilidad institucional (relacionada la visión y misión que tienen como radio comunitaria).

2.12.-Debilidades

Las radios comunitarias, como cualquier otro medio de comunicación, no escapa a tener deficiencias en diversos aspectos de su funcionamiento. Las líneas siguientes buscan dejar constancia que este trabajo no quiere abocarse, solamente, en los aspectos positivos de las emisoras de este tipo.

Las radios comunitarias necesitan capacitación en diversos temas, desde conocimientos técnicos básicos hasta técnicas, habilidades y destrezas en producción de programas, programación, gerencia, mercadeo, dirección financiera, mantenimiento de equipos, relaciones públicas y en una serie de aspectos relacionados con el conocimiento de su audiencia o comunidades y de visión política para poder llevar adelante, con sentido, sus proyectos y propuestas (Grogg, 2005).

Luego de revisar las experiencias locales, nacionales y supranacionales, puedo exponer las siguientes debilidades:

1. En la actualidad, las radios comunitarias se encuentran en un momento de cambio que demanda repensar sus proyectos políticos comunicativos y las estrategias necesarias para

alcanzar mayor relevancia. Aunque los proyectos políticos plasmados en la programación de estas emisoras han surtido, en muchos casos, los efectos esperados, en la actualidad, muchas emisoras comunitarias han caído en la falta de visibilidad social y cultural (es decir, que no han adoptado los cambios que experimentan las sociedades actuales y dicha falencia no les permite adecuarlos a sus fines comunitarios), actitud que se refleja al momento de plasmar sus proyectos para la cooperación internacional.

2. Las emisoras comunitarias aún no logran cimentar en el oyente su misión y sus diferencias con las radios comerciales entre otros puntos claves para su consolidación. Es por ello que reciben críticas y se le atañen, entre otras cosas, las malas prácticas de otras emisoras que se dicen comunitarias o se les confunde como tal. Por ejemplo, para un poblador de una ciudad, no es difícil diferenciar entre un canal de televisión comercial y el canal de Estado o, los canales de señal abierta y los canales de cable. Asimismo, es simple, diferenciar entre un diario nacional y un diario regional, así como los temas de interés para ambos medios escritos. En ambos casos, la temática, programación y cobertura son reconocibles.

Pero en el caso de la radio la diferencia reconocible al oído es que existen emisoras informativas y emisoras musicales. Pero no es común escuchar esta es una radio comercial y, esta es una radio comunitaria o, esta es una radio educativa. Los fines de las emisoras radiales son más complicados diferenciar. En cierta medida, las radios comunitarias no han logrado cimentar la diferencia en los fines y objetivos, entre su propuesta programática con las radios comerciales.

3. Los directivos y periodistas de las emisoras comunitarias afirman que la relación estrecha que mantienen con los principales líderes de las comunidades a las que se dirigen, no afecta la objetividad que también debe caracterizar a estas

radios. Sin embargo, existen movimientos sociales que no conocen lo suficiente a estas emisoras y no siempre requieren de ellas para el desarrollo de sus estrategias en la sociedad, incluso ni siquiera piensan junto a ellas de acuerdo a la especificidad comunicacional.

En este aspecto, es necesario reconocer que carecen de instancias de encuentro y de trabajo conjunto, aspectos que son demandados fuertemente por movimientos sociales y demás actores de la sociedad que requieren de medios de comunicación que busquen la independencia informativa.

4. Con respecto al uso de la tecnología. Es necesario reconocer que existen gratas experiencias en algunas emisoras comunitarias pero, aún persisten grandes diferencias en el uso de equipos de última generación, entre las mismas radios comunitarias. Muchas radios poseen computadoras con los últimos programas informáticos, hasta en cinco áreas de la empresa, pero otras radios sólo poseen una computadora en la que se trabaja, por horas, las tareas informativas, de producción y también administrativas.

Los niveles de acceso y apropiación de nuevas tecnologías aún son mínimas y las experiencias de radios y programas que se transmiten por Internet, incipientes. Todo esto, ofrece un desafío muy interesante para las emisoras comunitarias. Asimismo, otro desafío ligado a las nuevas tecnologías es, cómo las radios comunitarias se apropian de las nuevas tecnologías, para incrementar la incidencia social, es decir, poder usar estas nuevas tecnologías para incorporar a la ciudadanía a estas nuevas formas de aprendizaje.

En teoría, falta que el aprendizaje electrónico pueda ofrecer una capacitación basada en las necesidades específicas de las radios comunitarias, que permita un alto grado de individualización, con lo cual es posible que el personal genere

una mayor comprensión de los problemas y las soluciones prácticas que requiere su audiencia. Esta deficiencia tecnológica, muchas veces, condiciona la entrega de los trabajos radiales, en calidad y en tiempo.

Para el comunicador argentino, Ernesto Lamas³², ante la interrogante: ¿Cómo ves la competencia de la radio comunitaria con otros medios de comunicación?, señala: “No tengo una mirada apocalíptica sobre la radio. Me preocupa, por ejemplo, el avance tecnológico de la emisión de radio que va a poner en serios riegos a las emisoras que no logren rápidamente digitalizarse; porque de aquí a unos años no vamos a escuchar más radio como estamos acostumbrados. Todo va a ser por ondas digitales o por fibra óptica; vamos a tener que guardar hasta los mismos aparatos de recepción. Me preocupa pues, que no estemos a la altura de ciertos cambios y, desde una opinión más ciudadana, que no logremos ponernos en los espacios donde se discuten estas cosas; por ejemplo, la UIT³³, donde ya se están repartiendo las frecuencias que cada país va a tener. Si nosotros no entramos en esa discusión, lo más probable es que de aquí a diez años, a la radio comunitaria le queden sólo las bandas "hipermarginales" y sea muy difícil sintonizarla” (Lamas, 2002).

³² Profesor desde hace 14 años; vinculado a la carrera de Comunicación en la Universidad de Buenos Aires. Forma parte del cuerpo directivo de La Tribu, espacio de comunicación y cultura, conformado por una emisora de radio, un auditorio, un centro cultural, un centro de capacitación, una biblioteca y un bar. Es además, guionista de cine y está vinculado a Cineofer, cooperativa argentina que produce cine documental. Es director para América Latina, del Programa de Gestión de Radios Comunitarias de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC y está vinculado al Centro de Formación Radiofónica de Deutsche Welle.

³³ Siglas de Unión Internacional de Telecomunicaciones, con sede en Ginebra, Suiza. Es una organización internacional del sistema de las Naciones Unidas en la cual los gobiernos y el sector privado coordinan los servicios y redes mundiales de telecomunicaciones.

5. No existe un gran surgimiento ni expansión de las radios comunitarias. Esto se complica por los escasos fondos internacionales o públicos que se ofrecen (Torres, 2002)³⁴. En Chile, el Colegio de Periodistas se ha enfrentado con el gobierno para que se contemplen fondos para la constitución de pequeñas empresas periodísticas, y no fondos regionales de los que se beneficia el diario *El Mercurio*. Guillermo Torres señala que el gobierno del año 2000, fomentó el duopolio porque le otorgó un fondo a tres proyectos de *El Mercurio* (cuya cadena de periódicos regionales agrupa a 18 diarios)³⁵.

Es necesario recalcar que la comunicación no debe quedar solo en manos del mercado y en este contexto también se ubican los problemas que enfrentan las radios comunitarias y la poca preocupación de la clase política sin propuestas o con desinterés en el tema. Torres Gaona cree que el primer gobierno democrático de Patricio Aylwin –1990 a 1994– cedió a las presiones de las radios comerciales (agrupadas en la Asociación de Radios de Chile, ARCHI) y aprobó un proyecto que impone muchas trabas a las radios comunitarias.

Esta situación no solo se presenta en Chile o Perú, sino en muchas emisoras del continente. Entonces, son reales las dificultades para sobrevivir que enfrentan los medios regionales, entre ellas las radios comunitarias. Diversas iniciativas legales y administrativas merman la capacidad de estos medios de acceder a financiamiento. Una situación

³⁴ Presidente del Colegio de Periodistas de Chile.

³⁵ *El Mercurio* de Chile es el principal diario de circulación nacional. Tiene en su grupo a 18 diarios regionales que ocupan casi todo el territorio chileno: *La Estrella* de Arica, *La Estrella* de Iquique, *El Mercurio* de Antofagasta, *El Mercurio* de Calama, *La Estrella* del Norte, *La Estrella* del Loa, *La Prensa* de Tocopilla, *El Diario* de Atacama, *El Mercurio* de Valparaíso, *La Estrella* de Valparaíso, *El Líder* de San Antonio, *El Atardecer* de Arauco, *El Diario Austral* de Temuco, *El Renacer* de Angol, *El Diario Austral* de Valdivia, *El Diario Austral* de Osorno, *El Llanquihue* de Puerto Montt y, *La Estrella* de Chiloé.

similar que se da en todo Latinoamérica.

6. El personal de las emisoras comunitarias es reducido. Por tanto, su personal tiene que realizar múltiples y diversas tareas, tanto que la ausencia de un miembro del personal se siente más en comparación a una estación pública, una cadena radial o una estación privada comercial. Para empezar, en estas últimas siempre habrá alguien que temporalmente pueda suplir a un colega, lo que no es el caso de las radios comunitarias. (Van de Pol y Amable, 2004)³⁶.
7. Las radios comunitarias tienen debilidades en el terreno de la gestión. En la parte administrativa–financiera falta una consolidación en la construcción y desarrollo de nuevas metodologías y herramientas coherentes con los objetivos políticos y la realidad de las emisoras, centros y redes.

El modelo de autosostenibilidad en la radio comunitaria todavía no ha logrado cimentarse debido a problemas económicos por las condiciones actuales del mercado. Esta autosostenibilidad está relacionada también a aspectos administrativos y financieros, así como concebir un pensamiento empresarial con la identificación de iniciativas para la elaboración de planes de negocio, sin que ello vaya en contraposición de su naturaleza como emisora comunitaria.

Asimismo, falta un fortalecimiento en la gestión económica, tener consolidado el criterio de empresa y de negocio, lo que está relacionado a tener objetivos económicos y financieros. Valores de eficiencia–eficacia con una buena gestión en equipo. Esto implica también la falta de fortalecimiento de la unidad de ingreso publicidad que incluye temas como los pasos de la venta, el reconocimiento de clientes, creación y

³⁶ Capacitadores de Radio Nederland en gestión empresarial y desarrollo de las capacidades del personal de las radios comunitarias en América Latina

planificación del equipo de ventas.

Esta debilidad se refleja por ejemplo cuando se deben cancelar los sueldos respectivos y las oficinas o dependencias administrativas no disponen del dinero suficiente para cumplir con los trabajadores. Esto, como es de suponer, origina ambientes tensos en el trabajo. En la actualidad, la mayoría de estas emisoras de radio dependen de los ingresos económicos de los proyectos presentados a la cooperación internacional. En líneas generales, las emisoras comunitarias no tienen un financiamiento estándar como lo sí lo hay en las emisoras comerciales donde sus ingresos dependen, casi en su totalidad, de la inversión publicitaria.

Por otro lado, una debilidad que se refleja en la gestión administrativa es que, a pesar que las emisoras comunitarias son abanderadas de una programación donde se respeta a los derechos de las personas (en los que se incluyen los derechos laborales) en la práctica, esto no se da. Por ejemplo, existe personal que no goza de un sueldo equitativo de acuerdo a su trabajo, no tienen beneficios laborales como seguro por enfermedad y pago de horas extras, en ocasiones los días de descanso están sujetos a la cantidad de trabajo que exista, entre otros inconvenientes.

8. Falta reconocimiento legal en gran parte de los países – reflejadas en leyes nacionales– y por ello, se presentan decomiso de equipos y clausuras arbitrarias de los gobiernos de la región.
9. La mayoría de estas emisoras trabaja con colaboradores locales *ad honorem* que no han sido convenientemente capacitados. Esta debilidad es reconocida por estas radios y por ello les ofrecen una formación continua. Junto a la capacitación, una de las principales debilidades detectadas es la pérdida de objetivos políticos en los medios comunitarios y

las debilidades evidenciadas en algunos casos en los cuadros dirigentes.

10. En resumen, por su naturaleza particular y su función, las radios comunitarias necesitan capacitación en diversos niveles. Desde conocimientos técnicos básicos hasta técnicas, manejo del mensaje, habilidades y destrezas en producción de programas, programación, gerencia, mercadeo, dirección financiera, mantenimiento de equipos, relaciones públicas y en una serie de aspectos relacionados con el conocimiento de su audiencia o comunidades y de visión política para poder llevar adelante, con sentido, sus proyectos y propuestas. Esa capacitación específica y especializada no se da en todas las radios creando desniveles en los avances con sus proyectos políticos. (Van de Pol y Amable, 2004).

De esta manera hemos culminado con la explicación de lo qué implica el trabajo de una radio comunitaria. Se ha determinado el concepto así como las principales características que la han definido a lo largo de los años. Asimismo, se ha incluido un aspecto tan cuestionado como es su legalidad. Finalmente, consideramos necesario incluir las debilidades que presenta la radio comunitaria en la actualidad.

Luego de este breve recuento, pasaremos al tercer capítulo donde abordaremos con un caso práctico – Radio Ayabaca – lo que implica el trabajo de una emisora comunitaria.

CAPITULO III

“RADIO AYABACA”¹: INICIANDO LA EXPERIENCIA COMUNITARIA

Muchas radios comunitarias de Latinoamérica albergan, en su historia, pasajes de vida muy parecidos. En Perú, la historia no ha hecho la excepción. En la provincia serrana de Ayavaca², ciudad ubicada al norte del Perú, también cuenta con su historia radial que se inicia a inicios de 1980. Hoy existen diez emisoras laborando en esta jurisdicción, aunque sólo una ha mostrado ciertas acciones de labor comunitaria.

Ayavaca, es una de las ocho provincias del departamento de Piura. Como provincia se creó el 30 de marzo de 1861. Su capital es la ciudad del mismo nombre, la cual se encuentra a 2,709 m.s.n.m. en el extremo occidental de la Cordillera de los Andes y limita con el Ecuador.

Su territorio comprende diez distritos: Ayabaca, Frías, Jililí, Lagunas, Montero, Pacaipampa, Paimas, Sapollica, Sicchez y Suyu.

¹ Como explicamos en la introducción del presente trabajo, cuando hagamos referencia a “Radio Ayabaca” – como empresa – lo escribiremos con “B” y, cuando hagamos referencia a la provincia o ciudad, lo haremos como “Ayavaca”, con “V”.

² Muchas veces los lectores se confunden por la forma como se escribe el nombre de Ayavaca, con “V” y no con “B”. En la misma página web de la Municipalidad Provincial (www.muniayabaca.gob.pe) se clarifica tal confusión. Ortográficamente, según los tratadistas de la lengua española, los vocablos quechuas con diptongos “UA” y “UI” antecidos por una “H” al castellanizarse deben hacerlo con “V”, es decir, “HUA” = “VA” y “HUI” = “VI” este es el caso de Ayahuaca= Ayavaca, asimismo sucede con las palabras Huiscacha=vizcacha, huicuña=vicuña, huilca=vilca; dejando la letra “B” para las voces quechuas que se expresan con “P”, caso de Tumpis=Tumbes, Ampatu=Ambato=Ambato, entre otros.

Tiene una extensión total de 5230,7 Km². y representa el 14,5% del área total de la Región Piura. Sus límites son: por el norte con la República del Ecuador; por el sur con la provincia de Morropón; por el este con la provincia de Huancabamba; por el oeste con la provincia de Sullana y Piura.

Según el X Censo de Población y Vivienda 2005 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la población de la provincia de Ayavaca es de 138,114 de las cuales el 27 % se congrega en la capital de la provincia, seguida de Pacaipampa (18%) y Frías (15%). Juntos representan el 62 % de la población ayavaquina.

En términos del comportamiento del empleo, la actividad económica que concentra mayor mano de obra y que capta mayor atención es la actividad agrícola (84.4% de la Población Económicamente Activa Ocupada de 15 a más años), mientras que el sector servicios concentra el 12.2% de 15 a más años.

Si bien la población urbana no es muy significativa, en la provincia se puede apreciar tres núcleos urbanos de relativa importancia para la provincia (Ayavaca, Frías y Pacaipampa) tanto por sus futuras demandas de servicios básicos que ello puede significar, como por la localización y concentración de servicios administrativos e institucionales. El nivel rural de esta provincia es muy marcada, en distritos como Pacaipampa y Lagunas, seguidos de Ayavaca y Frías.

Ayavaca se articula al espacio sur ecuatoriano a través de los puntos de contacto del Sausal, Los Molinos y Espíndola, donde se desarrollan mercados de activo intercambio. El acceso, sin embargo, a estos puntos es limitado por la precariedad de las carreteras. La infraestructura vial está conformada por trochas carrozables, pero que en épocas de lluvias se tornan intransitables, aislando a la capital distrital de sus centros poblados.

Dentro de las actividades laborales, la agricultura y la ganadería son la principal fuente de ingresos de sus pobladores. Destaca aquí, sobre todo, la participación del varón y sólo en una reducida escala la participación de la mujer en actividades de apoyo a las labores agrícola-ganaderas, quien además se dedica a la enseñanza y al comercio en menor escala. No obstante, la participación femenina (10%), como infantil (5%), en las actividades agropecuarias del distrito es mayor a la participación registrada por estos grupos en los otros distritos de frontera.

Según declaraciones del propio alcalde, Práxedes Llacsahuanga Huamán, la provincia de Ayavaca, a nivel nacional, ocupa el puesto 36 en número de pobladores. Asimismo, ocupa el puesto 103 en esperanza de vida, el 151 en alfabetización, el 185 en escolaridad, el 175 en logros educativos y el 108 en ingreso per cápita; índices que en el caso de su provincia se encuentran por debajo del promedio nacional. El Perú tiene 195 provincias.

Son dos los problemas que aquejan de sobremanera a esta provincia: el conflicto agro versus minería y el narcotráfico. Debemos recordar que Ayavaca es una de las dos provincias –junto a Huancabamba– que tienen un conflicto con la empresa minera Majaz quienes, en la actualidad, exploran recursos minerales en sus territorios comunales y según se ha señalado, la inversión en la primera etapa de una posible explotación del proyecto alcanzaría más de mil millones de dólares. La empresa minera Majaz ha iniciado la exploración de un yacimiento de cobre, con una inversión de unos 700 millones de dólares.

La oposición de las comunidades campesinas de la provincia con respecto a este proyecto minero se reflejó en diversos paros que fueron acciones conjuntas con las otras comunidades campesinas de las provincias de Huancabamba (Piura), Jaén y San Ignacio

(Cajamarca). El temor está en la posible contaminación de las aguas que usan para sus cultivos. Asimismo, sectores empresariales del país han afirmado que dicha oposición tiene su origen en el narcotráfico debido a que Ayavaca es una zona de paso de este ilícito negocio hacia el Ecuador.

Luego de retratar este panorama de Ayavaca continuaremos con la ampliación de los puntos relacionados a la historia radial de esta provincia así como de la emisora del presente estudio.

3.1 Breve historia radial en la provincia de Ayavaca

La provincia de Ayavaca también ha desarrollado su propia historia radial. Aunque son escasas las fuentes históricas, debido a que los primeros hombres que hicieron radio en esta zona ya no viven ahí o volvieron a sus lugares de origen. Durante la etapa de la investigación se logró el contacto con algunas fuentes orales que nos dieron pistas sobre dicha historia. Uno de ellos fue un poblador ayavaquino con más de dos décadas de experiencia en radio. Se trata de Máximo Salvador, locutor radial que conoce los inicios de la práctica radiofónica en esta ciudad así como los cambios en este proceso.

La primera emisora que se escuchó fue hace más de 20 años, cuando se dotó a la ciudad de energía eléctrica por espacio de seis horas diarias (de 6 de la tarde a 12 de la noche). La primera radio nació en 1984 con el nombre de Radio Aypate³, su alcance fue local y, se mantuvo al aire por espacio de dos años.

El fundador de esta emisora fue Marco Cunya Veramatus, poblador ayavaquino dedicado a la reparación técnica de aparatos de radio que, con el acopio de algunos repuestos y, teniendo como guía

³ “Aypate” es el nombre de un centro arqueológico preinca ubicado a 32 Km. de la ciudad de Ayavaca.

una revista de construcción de transmisores radiales, logró construir un transmisor casero.

El primer micrófono que tuvo esta emisora fue donado por el señor Miguel Galecio Rentería, quien era alcalde de la provincia de Ayavaca. En esa época, el costo del micrófono fue de 30 soles de oro⁴.

Aunque la primera emisora fue Radio Aypate, el señor Máximo Salvador refirió que, a inicios de 1980 ya existían altoparlantes en las zonas norte, sur y centro de la ciudad, que eran usados para transmitir comunicados y programar música. Éstos fueron instalados en las torres de la Iglesia Matriz “Nuestra Señora del Pilar”. Hoy, esta actividad se mantiene.

Los altoparlantes pertenecieron y, aún son de propiedad del señor Máximo Salvador, quien los obtuvo gracias al apoyo de un sacerdote de la época. Años después, crearía Radio Impacto (AM), que salió al aire en 1996, cuando la empresa de energía eléctrica instaló el servicio de luz durante las 24 horas del día.

Luego de ese primer intento de Radio Aypate, no aparecieron más radios locales y, lo que se lograba sintonizar era Radio Cutivalú de Piura, Radio Programas del Perú y, otras radios que llegaban con gran potencia del vecino país del Ecuador.

La implementación de la energía eléctrica por 24 horas, permitió el surgimiento de otras emisoras. Así, en 1996 aparece una radio con nombre idéntico a la del presente estudio: “Radio Ayabaca”. Dicha emisora fue fundada por un profesor del distrito de Huarmaca, provincia de Huancabamba⁵.

⁴ A mediados del siglo XX, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) implantó como moneda nacional de cambio los billetes en denominación de Soles de Oro. Así existieron de 1,000, 500, 200, 100, 50 Soles de Oro, que llevaban los rostros de los héroes nacionales como Miguel Grau y Francisco Bolognesi; ex presidentes, Nicolás de Piérola y Ramón Castilla; mártires, Hipólito Unánue o Túpac Amaru.

⁵ No se logró determinar el nombre del profesor referido.

La instalación de esta emisora fue toda una novedad porque emitía en onda corta y tenía gran alcance⁶. Según la versión del señor Máximo Salvador, el dueño de esta radio obtenía ingresos económicos que bordeaban los 200 a 300 soles por día⁷. Esta radio transmitió sólo tres años debido a un mal manejo administrativo, lo que precipitó su cierre definitivo.

Luego, apareció en el dial, Radio Ondas del Pacífico (AM), emisora de Rudecindo Julca Ramírez, poblador de la provincia costeña de Sechura. Esta radio tuvo aceptación entre los ayabaquinos, sin embargo, los estragos del Fenómeno de El Niño⁸ de 1998 hizo que se deterioraran sus equipos y saliera del aire. Una parte del cerro, donde se ubicaba la antena, se derrumbó. Luego de unas semanas, la municipalidad provincial exigió que esa parte del cerro sea acondicionada para el tránsito de peatones en la feria de octubre del Señor Cautivo de Ayavaca⁹.

Las lluvias de esa época fueron tan perjudiciales que decenas de pobladores del barrio sur tuvieron que “migrar” hacia el centro de la ciudad. El señor Rudecindo Julca, propietario de Radio Ondas del Pacífico no se encontraba en la ciudad cuando ocurrieron los hechos. A su retorno, sólo le quedó guardar con los escasos equipos que le quedaban y, decidió cerrar la emisora. Duró dos años al aire.

⁶ Los pobladores contemporáneos a esa época afirman que su señal llegaba a la selva del Perú

⁷ Una radio de estas zonas tiene ingresos, en promedio de 50 a 70 soles por día.

⁸ Conocido también con el nombre científico de El Niño – Oscilación del Sur; es un evento a gran escala, que se extiende más allá del Pacífico Sur. Entre los efectos negativos se cuentan las lluvias excesivas en la costa norte, causando muchas veces inundaciones y desbordes de ríos.

⁹ Fiesta religiosa católica que tiene como día central el 13 de octubre. A esta fiesta, que dura todo el mes, se congregan miles de fieles venidos desde diversas zonas del Perú, así como turistas del Ecuador, Colombia, Venezuela, entre otros países.

En 1997 apareció en el dial, Radio Campesina (AM), que pertenece al estado y, fue comprada durante el gobierno del presidente Alberto Fujimori. En el país existen otras emisoras con esa denominación como en las provincias de Ayavaca y Huancabamba (Piura); en la provincia de Cutervo (Cajamarca); en Cusco entre otras¹⁰. Radio Campesina en Ayavaca tiene un transmisor de gran potencia que le permite llegar a casi todos los diez distritos de la provincia de Ayavaca.

Luego, en el año 2002, salió nuevamente al aire Radio Ondas del Pacífico (AM). Hoy se ubica en la zona baja de la ciudad conocida como San José. El responsable es un señor de apellidos Velasco Cruz, amigo del Rudecindo Julca (ex dueño). Esta emisora no tiene una programación permanente, sale al aire por horas y no todos los días.

En este proceso histórico, la Municipalidad Provincial de Ayavaca tampoco fue ajena a instalar una emisora. La programación incluye la transmisión de los acuerdos y ordenanzas municipales que rigen para la provincia. Asimismo, se convoca a las reuniones con los comités de vaso de leche, productores agrícolas y ganaderos, entre otras actividades. Así apareció Radio Municipal Aypate, emisora que se sostiene con los recursos económicos asignados en el presupuesto municipal. Inició sus transmisiones en el 2003, durante el segundo mandato del alcalde Práxedes Llacsahuanga.

Cuenta la historia que esta radio pudo ser la primera emisora en aparecer en la provincia con una transmisión diaria. Según refiere Máximo Salvador, los equipos fueron adquiridos en 1984, durante el gobierno municipal del señor Teófilo Flores, pero no se llegaron a instalar debido a ciertos problemas.

¹⁰ Estas emisoras solo coinciden en el nombre porque las frecuencias de sintonía difieren de acuerdo a la zona de transmisión

Los equipos del transmisor llegaron al puerto del Callao (Lima) en dos partes. Primero, el transmisor con algunos accesorios, pero estos últimos se quedaron en la Aduana¹¹ debido a trámites documentarios. Un grupo de regidores de la época viajaron hasta el puerto para gestionar la entrada de todo el transmisor, acción que resultó inútil. Al final, la emisora municipal se quedó sólo con la antena instalada.

Tuvieron que pasar algunos años para que el proyecto de la emisora municipal se hiciera realidad. En la actualidad, cuentan con otro equipo, porque lo poco que se guardaba del anterior lo destrozaron a finales de 1980, a razón de rivalidades políticas. Cuando dejó el cargo de alcalde Teófilo Flores, personas extrañas ingresaron a la caseta de la antena que tenía una puerta de ‘triplay’ –madera de poca calidad– y destrozaron el equipo de 1 Kw de potencia. De manera oficial nunca se pudo conocer a los responsables del hecho.

Aunque, el alcalde que repotenció la radio, Práxedes Llacsahuanga fue revocado del cargo, el nuevo alcalde Manuel Otero prosiguió el trabajo del proyecto. Práxedes Llacsahuanga fue reelegido y, la radio continúa en funcionamiento.

En el 2004, apareció en el dial de la FM, Radio Poder. Ésta es una radio pequeña, que tiene alcance local, su programación es musical y sin locutores. Luego, apareció Radio Marconi (FM) que emitió su primera señal en octubre del 2004. Durante la presente investigación, esta emisora dejó de transmitir para cambiarse de local e instalar su antena para funcionar en AM.

¹¹ Oficina pública, generalmente situada en las fronteras o puntos de contacto directo con el exterior, donde se registran las mercancías que se importan o exportan y donde se cobran los derechos que adeudan.

Al final de este recorrido aparece “Radio Ayabaca” que, inicia su transmisión el 6 de diciembre del 2004. Esta emisora tiene como público objetivo las comunidades campesinas de la provincia. Sus temas de prioridad son la protección del medio ambiente, la conservación del agua, su negativa a la explotación minera y, el respeto a los derechos de las comunidades campesinas.

Es necesario referir que esta emisora nace en la coyuntura del conflicto minería versus agricultura que se viene desarrollando de forma continua en algunas zonas del departamento de Piura (recordemos los hechos lamentables del distrito de Tambogrande, provincia de Piura donde la población expulsó de sus tierras a la empresa minera Manhattan¹²).

El gerente de “Radio Ayabaca” es Rogelio Cruz Nonajulca, poblador de la comunidad campesina de Pampas de Lucarqui y, ex presidente de la Federación Provincial de Comunidades Campesinas de Ayavaca. Esta emisora emite su señal a través de AM y FM y, ha logrado cierta aceptación en las comunidades campesinas de la provincia debido, entre otras cosas, a su posición contraria a la explotación minera en la zona.

Para terminar este recorrido, debemos mencionar que, desde hace cinco años, en la ciudad no se escucha Radio Cutivalú de Piura ni Radio Programas del Perú (RPP) debido a la aparición de radios locales. Sin embargo, pobladores de las comunidades campesinas señalan que en las zonas altas de Ayabaca se escucha la primera y, en las partes bajas de la provincia, la segunda de las nombradas, aunque esto no se pudo comprobar directamente durante el tiempo de la investigación.

¹² El 27 de febrero de 2003, miles de pobladores del distrito piurano de Tambogrande tomaron y quemaron las instalaciones de la Empresa Minera Manhattan que buscaba explotar oro en el subsuelo de la misma plaza de armas de este distrito. Este hecho quedó como un referente de la negativa de un pueblo a tener un proyecto minero en su zona.

Luego de más de 20 años de historia radial, existen varias emisoras que acompañan a Radio Ayabaca en su doble frecuencia. En FM, se encuentran Radio Súper Éxito, Radio Marconi, Radio Poder y Radio Mix de Loja-Ecuador. En AM se encuentran Radio Municipal Aypate, Radio Campesina y Radio Impacto¹³.

3.2 Historia de Radio Ayabaca

Radio Ayabaca S.R.L. es una empresa radial que inició sus transmisiones el 6 de diciembre del año 2004, por espacio de ocho horas ininterrumpidas (desde las 8 de la mañana hasta las cuatro de la tarde). La transmisión se hizo a través de su doble frecuencia: 98.9 FM y 1160 AM. En la fecha referida se programó una señal de prueba que, al final quedó perenne.

Aunque sus actividades las inició en diciembre, la empresa quedó registrada como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada el 6 de mayo del 2004, según consta en el N° de Partida 11024587 de la Oficina Registral Sullana. El local institucional se

¹³ “Radio Ayabaca” tiene doble frecuencia: 98.9 FM y 1160 AM, es una radio de tipo comunitaria y su programación es variada: musical-informativa. Radio Marconi también tiene doble frecuencia: 102.9 FM y 1340 AM, es una emisora de tipo comercial y su programación es musical. Radio Campesina tiene solo una frecuencia: 850 AM es una radio de tipo comercial a cargo del Pronamachs (Programa Nacional de Manejo de Cuencas Hidrográficas y Conservación de Suelos) que depende del Ministerio de Agricultura. Radio Poder en los 107.1 FM es una emisora comercial y su programación es netamente musical, incluso sin locutores y solo tiene alcance local. Radio Municipal Aypate está en los 1200 AM, y tiene programación musical-informativa. Radio Mix (Amalusa-Ecuador) 105.7 FM, es una radio comercial y tiene una programación predominantemente musical, aunque también tienen un informativo. Radio Impacto en los 1440 AM, es una radio comercial con programación musical informativa. Radio Súper Éxito está 107.9 FM, es una radio comercial con programación musical.

ubica en la intersección de las calles Chira N° 210 y Tomás Eliseo Velásquez s/n del distrito y provincia de Ayavaca¹⁴.

El slogan de Radio Ayabaca es “La Voz de la Frontera”, debido a la ubicación geográfica, colindante con la República del Ecuador y; porque la radio buscaba convertirse en la emisora preferida de los miles de comuneros y comuneras de la provincia, incluyendo sus zonas más alejadas¹⁵.

Como empresa, la emisora posee dos socios. Según la partida registral de la emisora N° 11024587, los señores Santos Rubén Páucar Correa y Rosendo Cruz Nonajulca son los socios. Asimismo, según la partida registral, los socios decidieron designar como gerente de la radio, al señor Rogelio Cruz Nonajulca, natural de la comunidad campesina de Pampas de Lucarqui¹⁶. La inversión inicial para la compra de equipos fue de aproximadamente 15 mil dólares¹⁷.

Según la inscripción de la sociedad en la Oficina Registral de Sullana se señala que el capital social declarado es de 50 mil nuevos soles, que se encuentra íntegramente suscrito y parcialmente pagado cada participación en un 25 % de conformidad a lo previsto en el Art. 285 de la Ley General de Sociedades¹⁸.

En lo que corresponde al Objeto Social de la Sociedad, la inscripción registral detalla que la empresa realizará actividades de

¹⁴ Oficina Registral Sullana (Piura). Inscripción de Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada Radio Ayabaca SCRL. Registro de Personas Jurídicas, Rubro: Constitución. Piura, Perú. 2004. 3 p.

¹⁵ En la provincia de Ayavaca existen 72 comunidades campesinas.

¹⁶ Ibidem

¹⁷ Para el gerente, la inversión debió ser menor porque compraron un transmisor a tubos cuando se debió adquirir uno de transistores que consume menos energía eléctrica y sus repuestos son más fáciles de adquirir.

¹⁸ Cfr. N° Partida 11024587 Registro de Personas Jurídicas, Rubro: Constitución. Radio Ayabaca fue inscrita en la Oficina Registral de la provincia de Sullana, departamento Piura, como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada el 13 de mayo de 2004. En dicha inscripción participaron los socios Santos Rubén Páucar Correa y Rosendo Cruz Nonajulca, además del Registrador Público, Augusto Núñez Pezo.

naturaleza social que redunden en la formación, educación de la comunidad ayabaquina y, alrededores y, que podrá ser amplia a actividades relacionadas y propias del objeto social¹⁹.

Asimismo, según lo que reza el Estatuto de la empresa, “Radio Ayabaca tendrá por objeto dedicarse a la prestación de servicios y producción de programas de radiodifusión comercial, producción de programas de radiodifusión educativos, culturales, recreativos y música en general. Además, la emisora promoverá la radiodifusión en la jurisdicción del distrito y provincia de Ayavaca, brindará asesoramiento y organizará programas culturales, artísticos y musicales y, se dedicará a otros fines acordes al objeto social”²⁰.

La idea de instalar una radio se remonta al año 2002 cuando Rogelio Cruz era presidente de la Federación de Comunidades Campesinas de la Provincia de Ayavaca y, tenía un espacio radial en Radio Municipal Aypate, donde conducía “El Chasqui”, programa dirigido a las comunidades campesinas. Dicho espacio buscaba orientar sobre los derechos y deberes que tienen los comuneros y comuneras.

Como referimos al inicio, Radio Ayabaca inició su transmisión a través de la doble frecuencia. El transmisor de la frecuencia AM tiene una potencia de 750 watts, mientras que el transmisor de FM es de 350 watts.

A decir del gerente, en la compra del transmisor de AM se han sentido estafados porque les vendieron un transmisor de tubos (antiguo) que, con los continuos cortes y descensos de la energía eléctrica se ha descompuesto de forma acelerada. Hay que añadir, que

¹⁹ Ibidem

²⁰ Cfr. Constitución de Razón Social N° 1,399, Registro 77, Fojas 3,848, Tomo VIII, Bieno 2003-2004, firmada en la Notaría del Dr. Víctor Lizana Puelles en la ciudad de Piura el 31 de marzo de 2004. En el Art. 2° del Estatuto se menciona el objeto de la sociedad comercial. El Estatuto de la Sociedad Comercial establece 20 artículos y una cláusula adicional.

los repuestos de este tipo de transmisores son demasiado costosos para la economía de una radio en zona rural.

Su primera lista de personal estuvo conformada por Nelson Aldeán Tineo como primer locutor. Luego de ocho días, la gerencia decidió contratar a Hernán Llapasca Núñez. El primero de ellos trabajó en la radio por espacio de seis meses y su salida se debió a que consiguió otro trabajo mejor remunerado, mientras que el segundo, se mantuvo durante todo el tiempo de la investigación.

En reemplazo de Nelson Aldeán Tineo, ingresó Edwin Portocarrero que, según especificaba su currículo había recibido cursos de locución y expresión oral con locutores de conocidas radios comerciales limeñas.

En ese primer mes, se elaboró una programación de carácter musical, dando prioridad a la música sanjuanera²¹, cumbias, huaynos y pasillos. El único espacio informativo que existía en la programación era “El Chasqui”, espacio radial que se transmitía todos los sábados a las 11 de la mañana dirigido a las comunidades campesinas de la provincia y, lo conducía el gerente de la radio, Rogelio Cruz. Hay que recordar que este programa nació en Radio Municipal Aypate bajo la conducción de la misma persona²².

²¹ El sanjuanito, popular baile ecuatoriano que viene a ser como el huayno en el Perú, tiene sus símiles en el lado peruano, conociéndose a uno de ellos como “El Pacasito”; es una danza de la fronteriza provincia de Ayavaca en el departamento de Piura.

²² Según lo que refirió el señor Rogelio Cruz, este programa salió del aire luego de dos meses de transmisión pues, tenían sospechas que el Servicio de Inteligencia Nacional (SIN) hacía seguimiento a la programación de la radio, pues “El Chasqui” criticaba la inversión minera en las regiones de Piura y Cajamarca además, de afirmar que el estado peruano no consideraba las opiniones ni respetaba los derechos de las comunidades campesinas.

En enero ingresó a laborar a la radio Lisbeth Rivera Córdova, para apoyar en la conducción de programas musicales dirigido a los jóvenes de la provincia.

A inicios de febrero se implementó el servicio informativo de la radio con la llegada del periodista Julio Vásquez Calle. Rogelio Cruz y Julio Vásquez decidieron hacer un noticiero que contemplara, en mayor medida, las noticias de carácter local y regional, mientras que las nacionales se emitirían de acuerdo a la relevancia con la provincia.

El noticiero se llamó “La Voz de la Frontera” y, se transmitía de lunes a viernes de 1 a 2 de la tarde. Se escogió el slogan de la radio como denominación del noticiero porque, según el periodista Julio Vásquez “se buscaba ser la voz informativa de toda la provincia fronteriza de Ayabaca dando a conocer la información veraz, actual y relevante para la provincia”.

En lo referente al pago de los principales servicios, Radio Ayabaca paga, en promedio, por el servicio de energía eléctrica 700 nuevos soles al mes; por alquiler de local, 250 nuevos soles; por teléfono, 57 soles y; con respecto al pago de personal es un promedio de mil soles al mes, con el pago a tres locutores, un periodista y una secretaria.

Hay que mencionar que, la emisora instaló el servicio de Internet en el mes de mayo del 2005 con el fin de obtener información para el servicio informativo de la radio. Sin embargo, debido al poco uso del servicio, el gerente decidió cortarlo. Luego, en setiembre se volvió a implementar el servicio, bajo la supervisión y el cuidado de Julio Vásquez. Por este servicio se pagaba 10 dólares mensuales.

Con respecto a los permisos para la transmisión legal debo referir, en principio que, según la información que contiene la página web del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) en el

Registro Nacional de Frecuencias hasta julio del 2005²³ (**VER ANEXOS**), las emisoras de radio en la provincia de Ayavaca no están registradas, no cuentan con autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para emitir su señal (no tiene autorización de uso del espectro radioeléctrico) y, algunas sólo cuentan con licencia de funcionamiento del local, documento emitido por la Municipalidad Provincial de Ayavaca.

Radio Ayabaca no escapa a esta situación. El gerente, Rogelio Cruz manifestó que “ha intentado salir de la ilegalidad, pero ha encontrado muchas dificultades en lo referente al trámite y, a la cantidad de frecuencias. En setiembre se le confirmó una reunión con funcionarios del Ministerio de Transportes y Comunicaciones en Lima”.

Rogelio Cruz señaló que en la reunión con los funcionarios del MTC se le informó que para la sierra piurana sólo quedan tres frecuencias de radio, las cuales entrarían a un concurso público entre Morropón, Ayavaca y Huancabamba. Asimismo, le informaron que el precio de las bases para la licitación era 10 mil soles y, que ya existían nueve postulantes para esas tres frecuencias²⁴.

Hay que recordar que, el 15 de julio del 2004 se promulgó la Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión que norma la prestación de los servicios de radiodifusión, sonora o por televisión de señal abierta,

²³ www.mtc.gob.pe. Según la referida página electrónica, los datos incorporados al Registro Nacional de Frecuencias datan del 6 de julio de 2005 y, aquí se incluye la relación de todas las emisoras registradas en las ocho provincias del departamento de Piura. En lo que respecta a la provincia de Ayabaca, el MTC no registra ninguna autorización a alguna emisora en la AM y sólo dos emisoras en la FM. Página consultada el 25 de febrero de 2006.

²⁴ Debemos referir que en varias oportunidades se le solicitó al señor Rogelio Cruz la documentación de los trámites de la solicitud de frecuencia de transmisión ante el MTC. Sin embargo, siempre los negó argumentando que debía consultarlo a los otros socios, lo cual nunca hizo. En realidad, existía un temor en el gerente que esos documentos llegaran a otras manos y, no se le diera el tratamiento académico que se le ofrecía.

así como la gestión y control del espectro radioeléctrico atribuido a dicho servicio²⁵. Dicha ley, en el Art. 16 señala: “Las autorizaciones del servicio de radiodifusión se otorgan a solicitud de parte o por concurso público. El concurso público es obligatorio cuando la cantidad de frecuencias o canales disponibles en una banda es menor al número de solicitudes presentadas”²⁶.

El reglamento de la referida Ley señala en su Art. 40 que “en el mes de enero de cada año, la Dirección de Gestión elaborará un cronograma para la realización de por lo menos dos Concursos Públicos anuales, dependiendo del número de localidades cuyas autorizaciones se otorgarán por dicho mecanismo”²⁷.

En lo que respecta a la relación medio-comunidad surgida entre Radio Ayabaca y los comuneros de la provincia, debemos reiterar que su acercamiento se fundamenta por su condición de ex dirigente de Rogelio Cruz, en la federación que agrupa a las 72 comunidades campesinas de la provincia²⁸.

El gerente de la radio señaló que, debido a esta relación, tuvo algunas discusiones con los otros dos socios pues, consideraban que la radio no debió involucrarse en el conflicto con la minera pues restaba ingresos económicos a la emisora.

Al final, según Rogelio Cruz, los socios entendieron “los réditos sociales” que ganarían si se mantenían al lado de los comuneros pues, si la empresa Majaz no lograba explotar minerales en la zona y se retiraba, para las comunidades campesinas iba a quedar un buen precedente.

²⁵ Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión. Diario Oficial *El Peruano*, Lima, Perú. 15 de julio de 2004.

²⁶ Ibidem

²⁷ Decreto Supremo N° 005-2005-MTC. Diario Oficial *El Peruano*, Lima, Perú, 15 Febrero de 2005.

²⁸ Esa es una de las razones por la que Radio Ayabaca se “alió” con los comuneros, teniendo como lema “la conservación del medio ambiente y la defensa del agua”.

Para algunos pobladores de la ciudad, la participación de Radio Ayabaca en los conflictos sociales de su provincia es de tomar en cuenta. Cuando se desarrollaba la marcha hacia el campamento de la empresa minera Majaz²⁹, se inició una campaña para recolectar alimentos que fueron llevados a los comuneros que marcharon hacia el campamento minero. El local de la radio fue el centro de acopio de la ayuda que comenzó a llegar de inmediato de diversas partes de la provincia y, de la misma ciudad. Luego de allí, se empezó a montar en las bestias de carga para entregarles a los comuneros. Radio Ayabaca era un comunero más³⁰.

Por su parte, medios nacionales como el diario *El Comercio* señalaban que la desinformación sobre la inversión y la realidad minera era alarmante entre los ronderos de Ayavaca.

“Los testimonios recogidos confirman que los comuneros creen que la minera ya extrae minerales y contamina los ríos y campos de cultivo, cuando solo están en una fase de exploración. A esta errada información contribuye la mayoría de emisoras locales, que han tomado una postura contra la mina y hasta alientan acciones violentas. Para muestra un botón: el último miércoles a las 9:30 p.m. un locutor de Radio Ayabaca decía: ‘Hemos visto una camioneta roja de la minera Majaz circular por Ayavaca. Alertamos a los comuneros para que hagan sentir su presencia y pregunten dónde están nuestros desaparecidos’. Este dato fue falso, al igual que la

²⁹ Marcha que se realizó en la última semana del mes de julio de 2005 y, tuvo su punto álgido el 1 de agosto de 2005 cuando los comuneros de Ayavaca, Huancabamba, Jaén y San Ignacio se enfrentaron con la policía en las inmediaciones del campamento de la empresa minera Majaz. El enfrentamiento dejó como resultado un comunero muerto, un policía herido de gravedad en la pierna, cerca de 50 detenidos, entre los cuales se encontraba el periodista Julio Vásquez Calle, que había acompañado la marcha, representando como corresponsal a Radio Cutivalú de Piura. Este enfrentamiento tuvo repercusión regional, nacional e internacional.

³⁰ La ayuda consistía en arroz, menestra, pan, abrigo, frazadas, entre otras cosas necesarias para la marcha al campamento de la empresa minera Majaz.

versión de siete muertos durante el enfrentamiento del pasado lunes, que se propalara en Ayabaca hasta el viernes”³¹ (Obregón, 2005).

A partir de este y otros hechos, Rogelio Cruz afirmó que la postura adoptada por Radio Ayabaca ante el conflicto colocó a su emisora “en la mira” del Estado. Argumentaba que muchas personas extrañas llegaban a su local a preguntar por el nombre del gerente o algún locutor. Durante los días de las marchas en contra de la exploración minera – entre julio y agosto – algunos policías estuvieron tomando fotografías del local de la emisora.

3.3 Análisis de la programación

Antes de analizar la programación de “Radio Ayabaca” es necesario definir el concepto de Programación Radiofónica con el objetivo de verificar qué tan peculiar es la programación de la emisora del presente estudio con respecto a emisoras de otras latitudes.

María Pilar Martínez-Costa y Elsa Moreno Moreno señalan en la introducción de su libro “Programación Radiofónica”, que “la programación es la conversación planificada en que la radio entabla con su audiencia” (Martínez-Costa; Moreno, 2004, pp. 10-11).

Por su parte, Amoedo señala que la programación radiofónica es “el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos informativos y destrezas cuyo ámbito de aplicación se centra en la realización de programas, grabados o en directo” (Amoedo, 2002, p. 166).

Amable Rosario y Antonio Cabezas señalan que “la programación es el rostro que aparece ante sus oyentes. Las emisoras se conocen por sus programas. Estos son el producto acabado que sale

³¹ “Narcos estarían detrás del ataque a Majaz”. *El Comercio*. Nacional. Lima (PE), 8 de agosto de 2005.

al aire, después de pasar por un sin fin de mecanismos administrativos y creativos” (Amable; Cabezas, 1980, p. 85).

Para Martí, la ideación y ejecución de la programación radiofónica es “una actividad que se mueve entre el arte y la técnica”. Precisa, además que “la programación es un arte en la medida que su práctica revela capacidad de crear no sólo programas nuevos, sino también diseñar una estructura que sirva para los propósitos de la emisora” (Martínez-Costa, 2004, p.23).

Luego de repasar las definiciones anteriores podemos afirmar que compartimos la precisión que hacen Amable Rosario y Antonio Cabezas al señalar que la Programación Radiofónica es “el rostro que aparece ante sus oyentes”, es decir son los productos que ofrece la emisora, los cuales necesitan un trabajo previo y a lo cual se denomina producción. Así, cuanto mayor producción exista en los programas radiales las propuestas radiales serán mayores para los oyentes. Esto brindará la posibilidad de escoger y criticar dichos productos. Estudiemos ahora la programación de Radio Ayabaca.

Es una programación variada y pensada en su público objetivo: las comunidades campesinas. La programación es similar de lunes a viernes mientras que, el sábado y domingo, queda a criterio del locutor de turno³².

Para el gerente, Rogelio Cruz, su emisora “busca ser educativa, tipo Radio Cutivalú”. El documento de inscripción de la emisora señala que “la empresa realizará actividades de naturaleza social que redundan en la formación, educación de la comunidad ayavaquina y alrededores y, que podrá ser ampliada a actividades relacionadas y propias del objeto social”³³.

³² Generalmente los fines de semana se programa música tropical variada - cumbias antiguas, sanjuanitos, huaynos y músicaailable juvenil.

³³ Oficina Registral Sullana (Piura). Inscripción de Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada “Radio Ayabaca” SCRL. Registro de Personas Jurídicas, Rubro: Constitución. Piura, Perú. 2004. 3 p.

Para el periodista, Julio Vásquez, una de las formas de lograr que Radio Ayabaca sea una emisora comunitaria es transmitiendo programas que “eduquen” a los oyentes en temas de actualidad y, que a la vez, contengan las opiniones de los involucrados sobre un tema determinado³⁴.

De lunes a viernes, los locutores de la radio, leen a cada hora los diferentes comunicados que los oyentes pagan o, se cumplen con los escasos contratos de publicidad que suscribe la radio con algunos clientes³⁵. Los comunicados que se leen son mensajes (saludos musicales o información) que envían los oyentes a las diferentes comunidades campesinas donde solicitan la comunicación inmediata con algún familiar o amigo.

En líneas generales, los programas no cuentan con una estructura definida, no cuentan con producción ni publicidad exclusiva salvo el noticiero “La Voz de la Frontera” o el programa educativo “La Escuela del Aire”. A continuación, un análisis de la programación.

3.3.1. Apertura de Programación

4:30 - 4:35 a.m. La locutora Lisbeth Rivera era la encargada de abrir la programación de la radio. Ella encendía los equipos y el transmisor de FM, mientras un responsable hacía lo mismo en planta con el transmisor de AM. La programación se inicia con el Himno Nacional.

³⁴ Tipo Talk Show “Usted Juzga” de Radio Cutivalú.

³⁵ Durante el tiempo de investigación, Radio Ayabaca tenía contrato con entidades micro financieras como las Cajas Municipales de Piura y Sullana, la Municipalidad Provincial de Ayavaca, la Unidad de Gestión Educativa Local – conocidas como la UGEL y que pertenecen al Ministerio de Educación – y, dos restaurantes de la ciudad.

Cabe mencionar que no siempre la programación comienza a la hora indicada. En algunas ocasiones la responsable, se quedó dormida o argumentó problemas personales. Luego del Himno Nacional, la locutora saluda a los oyentes.

3.3.2. “Despertar Ayavaquino”

4:35 - 6:00 a.m. Este programa le da preferencia a las producciones musicales de los artistas de la provincia. En este programa se leen algunas cartas que envían a la radio en la que los oyentes solicitan el envío de saludos a las diversas comunidades campesinas.

No hay una estructura definida en este programa. Generalmente, durante la transmisión, la locutora sólo programa música e informa la hora. No cuentan con publicidad propia y, lo común son los comunicados que se leen cada hora.

3.3.3. “Mañanitas Variaditas”

6:00 - 7:00 a.m. Este programa da preferencia a la música regional y nacional, es decir, huaynos, marineras, valsos, sanjuanitos, entre otras. En este bloque, no existe una estructura definida y, sólo se programa música. Se sugirió aprovechar el servicio de Internet, recomendación que no se tomó en cuenta. Las sugerencias las hizo Julio Vásquez, periodista y conductor del noticiero.

Este espacio también carece de una producción y de espacios publicitarios propios.

3.3.4. “Defendamos nuestro medio ambiente”

7:00 - 7:30 a.m. Este programa nació dentro de una coyuntura específica: las protestas de las comunidades campesinas de las

provincias de Ayavaca y Huancabamba (Piura), Jaén y San Ignacio (Cajamarca) en contra de la empresa Minera Majaz. Este programa tiene aspectos valiosos a considerar, pero también tiene sus deficiencias, que fueron más notorias al final de la presente investigación.

Este espacio de 30 minutos diarios fue brindado de manera gratuita a la Municipalidad Provincial. El programa se empezó a emitir el 1 de agosto, luego que partiera la marcha de ronderos y ronderas desde la ciudad de Ayavaca hacia el campamento de la Minera Majaz.

El programa se inició con la participación de tres locutores: el funcionario municipal, Eladio Morocho; el profesor Elio Reyes y luego se incorporó la profesora Crisálida Castillo³⁶. Según los responsables del programa, se buscaba informar, opinar y orientar a los oyentes sobre la protección y cuidado del medio ambiente, así como la conservación del agua.

Durante sus primeras semanas de emisión, el programa tuvo una estructura definida: saludo de los conductores, comentario de noticias más importantes relacionadas al conflicto minero; actividades de las comunidades campesinas de la provincia, entre otros puntos.

Luego, se anunciaba un corte comercial que podía consistir en lanzar algunos informes sobre defensa del agua y conservación del medio ambiente, material auditivo que el periodista Julio Vásquez recogía de Internet, generalmente de la página web de Radialistas³⁷. En caso de no haber informe preparado, se programaba un tema musical relacionado a los temas del programa, previa coordinación con los conductores. Las producciones musicales programadas eran de

³⁶ Durante los meses de la investigación, Crisálida Castillo era colaboradora de RPP Noticias durante la Ronda Informativa Regional y responsable de la Oficina Provincial del Instituto Nacional de Cultura en Ayavaca.

³⁷ www.radialistas.net

la agrupación musical de la Iglesia Matriz de Ayavaca “Cantemos con Jesús”, con temas relacionados al programa o el dirigente Mario Tabra prestaba a los conductores discos compactos con música relacionada al objetivo del programa.

El retorno al programa era con la entrevista central a un especialista de la ciudad de Piura que llegaba a Ayavaca. Los especialistas eran personas que manejaban los temas de conservación del agua y el medio ambiente o un abogado que conocía sobre legislación ambiental o se entrevistaba a algún dirigente de alguna comunidad campesina que estuviera en la ciudad. Terminando este bloque se programaba otra canción.

El tercer bloque contenía comentarios de los conductores, así como datos sobre cuestiones relacionados a los objetivos del programa como las cifras de los denuncios mineros en el departamento de Piura, cuánto tributaban las empresas mineras al Estado, entre otros temas relacionados. Luego, se despedían de la audiencia y, a veces se adelantaba las entrevistas o los temas que se iban a tratar al siguiente día.

Es necesario señalar que en este programa se anunciaban las reuniones que sostenían las diversas comunidades campesinas de la provincia. Algo usual era la presentación de los dirigentes Mario Tabra Guerrero, presidente del Frente de Defensa del Agua y del Medio Ambiente de Ayavaca y, Magdiel Carrión Pintado, presidente de la Federación Provincial de Rondas Campesinas de la provincia de Ayavaca.

Durante la participación de los dirigentes, se hacían recuentos de las actividades realizadas durante la marcha hacia el campamento de la Minera Majaz. Asimismo se anunciaba la formación en Lima de un Comité de Defensa del Medio Ambiente con las comunidades ayavaquinas residentes en la capital.

Los mencionados dirigentes se expresaban sobre el conflicto minero. Así, se llegó a criticar comunicados de algunas organizaciones como el de la Central de Residentes Ayavaquinos en Piura, presidida por Víctor Vite Chávez. Este comunicado fue publicado en los tres diarios regionales –El Tiempo, Correo y La Hora – y se señalaba que los residentes ayavaquinos en Piura se mostraban a favor de la inversión minera.

Los dirigentes, Mario Tabra y Magdiel Carrión señalaron que la persona que firmaba el comunicado –Víctor Vite– no representaba a ningún poblador ayavaquino y, se arrogaba ese derecho sólo por estar casado con una pobladora de esta provincia.

Los dirigentes comunales propusieron en algún momento que este programa fuera ampliado a una hora de duración porque consideraban que este espacio informaba la actualidad sobre el conflicto minero en su zona y, de otras partes del Perú. En cada programa se daban a conocer algunas explicaciones de por qué la minería no debía ingresar a las zonas en conflicto³⁸.

Estas explicaciones las reforzaban con la participación de las comunidades a través de sus cartas o, de algunos especialistas que hacían trabajo en las zonas del Bosque de Cuyas o, de los páramos y bosques de neblina. Estos especialistas pertenecían a la ONG Naturaleza y Cultura (NCI) o el Instituto Regional de Apoyo a la Gestión de los Recursos Hídricos (IRAGER), instituciones que trabajaban con expertos de la Universidad Nacional de Piura.

En otro programa, el dirigente Magdiel Carrión criticó la actuación de las Mesas de Concertación por la Minería, iniciativa del Gobierno Regional de Piura. Estas Mesas de Concertación eran otro motivo para las críticas de los comuneros porque señalaban que las

³⁸ Una de las razones que esgrimía era la importancia de la conservación de los páramos, fuente de las nacientes de agua que alimentan al Río Quiroz, afluente del Río Chira en la provincia de Sullana.

invitaciones se las hacían llegar un día antes, lo que les dificultaba su presencia porque viven en lugares muy alejados de la ciudad de Piura.

En algunas ocasiones, los conductores comentaban algunas cifras sobre los efectos de la minería en diversas partes del país. Estos datos generalmente eran en contra de esta actividad productiva aunque en algún momento se propuso que para los próximos programas se comenten datos de la Sociedad Nacional de Minería. Durante el tiempo de estudio nunca se llegó a cristalizar esta propuesta.

En uno de los programas estuvo como invitado Manuel Zegarra, docente de la Institución Educativa de varones “Lizardo Montero” para comentar las enseñanzas que se impartían en su colegio sobre el cuidado del medio ambiente y, conocer la importancia de los páramos y bosques de neblina en la vida ecológica de Ayabaca. El profesor pidió que las otras radios de Ayavaca hicieran programas relacionados a estos temas.

En los últimos días del estudio, el programa empezó a decaer en cuanto al comentario de contenidos. Según lo registrado, los conductores preparaban poco material sobre el tema medio ambiental y, “llenaban” los espacios con comentarios sobre el significado de “cultura” y su relación con la idiosincrasia de los comuneros y comuneras o, se comentaban temas educativos.

Luego de dos meses, el programa decayó en cuanto a contenidos porque a los productores-conductores les faltaba tiempo y preparación en ciertos temas, además en la ciudad existían pocos especialistas para entrevistar. La debilidad tecnológica también les jugó una mala pasada porque se pensó en algún momento entrevistar por teléfono a otros especialistas de Piura y, además conocer la realidad de Huancabamba con la participación de colaboradores de esa provincia como el corresponsal de Radio Cutivalú, Ramón Álvarez.

En uno de los últimos programas registrados, se contó con la participación de un abogado de la zona, Andrés Jiménez quien estuvo

encargado de comentar los puntos más importantes de la Ley General de Comunidades Campesinas y otras cuestiones legales relacionadas. Según Julio Vásquez, este abogado propuso un programa radial para explicar cuestiones legales como Derecho Patrimonial, derechos de las comunidades campesinas. Hasta el término de mi estudio, la propuesta seguía en pie.

Antes de acabar el presente estudio, ya se analizaba la posibilidad que el programa “Defendamos nuestro medio ambiente” no saliera de lunes a viernes sino tres días a la semana, es decir lunes, miércoles y viernes. En algún momento, el periodista Julio Vásquez mencionó que el programa debió dejar de emitirse para su reestructuración.

El tema de publicidad no se manejó en este programa durante el tiempo de mi estudio.

3.3.5. “Variaditos Románticos”

7:30 - 9:00 a.m. Programa de baladas, vallenatos y salsas románticas. Este era un programa dirigido a los trabajadores que laboraban en la Municipalidad Provincial de Ayavaca, en el Banco de la Nación o en las cajas municipales. Asimismo, dentro de su público objetivo, se incluía a los alumnos y alumnas de los institutos superiores de la ciudad. Este programa lo conducía Edwin Portocarrero³⁹,

³⁹ Portocarrero era el locutor que no inspiraba confianza a los otros miembros de la radio, debida a algunos problemas judiciales. En algún momento se llegó a dialogar con el referido locutor sobre el tema y, reconoció que tuvo problemas cuando se le acusó de robo en la casa de un regidor de la provincia, pero de la cual salió librado porque el Poder Judicial no le encontró responsabilidad. Además, el gerente de la radio estaba al tanto del problema.

Este programa tampoco tenía una estructura definida y menos producción. El locutor se limitaba a enviar saludos (en varias oportunidades repetía los nombres de las mismas personas o instituciones) y, de inmediato programaba un tema musical.

A pesar que muchas veces, el locutor enviaba saludos a los trabajadores de diversas entidades e instituciones de la provincia, no se aprovechaba como oportunidad para anuncio publicitario.

3.3.6. “Variaditos y sabrositos del recuerdo”

9:00 - 11:00 a.m. Este programa emitía el género cumbias tropicales del recuerdo y huaynos con arpa. La conducción corría a cargo de Hernán Llapasca quien, por su condición de músico, conocía la historia musical de algunos de los artistas, lo cual aprovechaba para comentarlo entre cada tema musical y, anunciar sus nuevos trabajos discográficos. El programa no tenía una estructura definida y tampoco tenía publicidad.

3.3.7. “Sabor tropical”

11:00 - 12:00 a.m. Programa de cumbia tropical actual, es decir de grupos regionales de cumbia como Corazón Serrano, Internacional Mallanep, Los Shambas, entre otros. Tiene las mismas características del espacio anterior.

3.3.8. “Así canta mi Perú”

12:00 - 1:00 p.m. Programa de música criolla: vales, tonderos, polkas, marineras, etc. Este era el típico programa radial donde se programa música de cantantes como Eva Ayllón, Arturo “El Zambo” Cavero, Lucha Reyes, Los Embajadores Criollos, entre muchos otros. No tenía una estructura definida.

Este programa lo conducía Edwin Portocarrero, pero tampoco se hacía producción radial. El responsable iniciaba el programa con un saludo al público oyente y a los dueños de los restaurantes de la ciudad aunque no se les aprovechaba como posibles anunciantes.

Al igual que el programa de apertura de programación, se recomendó que se usara el Internet para recoger información relacionada a la historia de los grandes cantantes de la música criolla. Dentro de la propuesta se incluía la orientación para crear microprogramas radiales o especiales de algún artista de este género. Hasta el final de la investigación sólo quedó en propuesta.

3.3.9. Informativo “La Voz de la Frontera”

1:00 - 2:00 p.m. Noticiero. Este espacio lo conducía el periodista Julio Vásquez. Durante la etapa del análisis, el noticiero perjudicaba el horario del siguiente programa porque no iniciaba a la hora prevista debido a diversos factores: continuos cortes de energía eléctrica o; retraso en la obtención de información para el programa. Hay que indicar que, en ciertas ocasiones, el conductor del programa llegó tarde al inicio del informativo. Esto se debió a dos razones: no contaban con Internet en la emisora y utilizaban cabinas públicas para recoger la información y grabar los audios a utilizar en el noticiero y; Julio Vásquez trabajaba en una botica de la ciudad de Ayavaca y, fraccionaba su tiempo en dos actividades.

En lo referente a la producción del noticiero, lo primero que se hacía era recopilar noticias. El noticiero tenía una mínima estructura. En el primer mes de estudio –agosto– el programa se iniciaba sólo con la música característica pero, en setiembre ya se tuvo una careta de presentación del noticiero que fue grabada en el laboratorio de radio de la Universidad de Piura. Luego, los conductores saludaban a la audiencia y, de inmediato leían los titulares en el siguiente orden: locales, regionales, nacionales, internacionales y deportes.

Existía una breve pausa comercial después de la lectura de titulares. En este corte se promocionaba a las cabinas de Internet de donde se recogía información; asimismo, se emitía propaganda de Defensa Civil. A continuación, se leía la información acompañada, muchas de ellas, con su testimonio en audio.

En el transcurso del noticiero se hacían pausas y, se propalaba propaganda de la defensa del medio ambiente y la conservación del agua obtenida de la página web de Radialistas u otra que proveía el dirigente ayabaquino Mario Tabra Guerrero. Asimismo, se programaban los anuncios de alguna fiesta patronal o alguna actividad de evangelización de la Iglesia Matriz de Ayavaca.

Pocas veces se hicieron entrevistas por teléfono debido a que no contaban con un híbrido que facilitara la comunicación al aire. Por otro lado, algunas veces se aprovechó para invitar a algún funcionario municipal, dirigente, político o ciudadano a la cabina de transmisión para alguna entrevista en vivo desde el estudio.

3.3.10. “Ambiente Juvenil”

2:00 - 3:00 p.m. La prioridad de este programa era la música bailable actual. La conductora era Lisbeth Rivera, joven de 20 años, estudiante del Instituto Superior Pedagógico de la provincia. El programa tenía como público objetivo a los adolescentes y jóvenes de la ciudad de Ayavaca, procedentes de colegios secundarios e institutos superiores.

En este espacio se programa música y, se habla poco. A esta hora existía una debilidad relacionada a la falta de personal en la radio. Generalmente, la secretaria de la emisora aprovechaba este tiempo para irse a almorzar, lo que provocaba que la locutora debía realizar dos actividades a la vez: atender a los oyentes y clientes que llegaban a la radio a pagar un comunicado o a consultar sobre

publicidad y, programar música y leer comunicados cada media hora. Luego, terminada esta hora, la conductora se iba a sus clases en el Instituto Pedagógico. Este programa no tenía producción ni publicidad.

3.3.11. “El especial de la cumbia sanjuanera”

3:00 - 5:00 p.m. Programa con temas musicales de un género muy popular en las diversas provincias de la sierra de Piura: la cumbia sanjuanera, una fusión de la cumbia norteña con los sanjuanitos ecuatorianos y, donde se ubican grupos musicales de Ayavaca así como de provincias cercanas como Huancabamba y Morropón tales como Corazón Serrano, Los Shambas, Los Hechiceros, entre otros.

3.3.12. “Atardecer de mi tierra”

5:00 - 7:00 p.m. Este espacio era conducido por Lisbeth Rivera y, la prioridad son temas musicales de grupos de la región – música sanjuanera o pasillos – o que tengan cierta afinidad con estos géneros.

Durante el programa, la locutora leía las cartas que los oyentes envían a la radio, misivas que dirigen desde las diversas comunidades que conforman la provincia de Ayavaca, las mismas que contienen saludos a los locutores, saludos musicales e incluyen versos o poemas que los mismos oyentes escriben. Hay que indicar que la locutora pide a los oyentes que en las cartas envíen mensajes de su propia creación.

Dentro de sus proyectos para mejorar este espacio se encontraba la organización de un concurso de la elección de los mejores poemas creados por los oyentes resaltando las peculiaridades de la comunidad en dónde vivían o de la gente de su pueblo.

A veces, se regaló prendas de vestir para mujeres. Estos regalos se conseguían por amistad de algunos locutores con los dueños de las tiendas de ropa o, por algún canje de publicidad. Cuando se anunciaba el regalo de prendas, varias oyentes iban a la radio en cuestión de minutos.

En lo que respecta a publicidad, los dueños de las tiendas de ropa o de restaurantes, sólo anunciaban en razón de un comunicado cada hora y, no como unos anunciantes específicos de un programa.

3.3.13. “Voz y sentimiento de Ayavaca”

7:00 - 8:00 p.m. A partir de esta hora, los programas quedaban a cargo del locutor, Hernán Llapapasca, quien es profesor de música y, tiene a su cargo un grupo musical del género cumbia sanjuanera. Este programa tenía la prioridad de dar a conocer a los artistas locales.

En este espacio, se dio cabida a entrevista y presentación de las nuevas producciones musicales de algunos artistas de la provincia de Ayabaca. Incluso, se llegó a entrevistar a artistas del Ecuador, que ingresaban por la frontera cercana a la provincia de Ayavaca y, que venían a Perú, por la fiesta del Señor Cautivo de Ayavaca, en octubre. Esta música era difundida durante a lo largo de la programación de Radio Ayavaca.

Sin embargo, a pesar que la idea inicial es rescatable, no se llegó a fortalecer la idea porque el locutor comentaba pocos detalles de estos artistas.

3.3.14. “Sanjuanitos del Recuerdo”

8:00 - 9:00 p.m. Este programa emite durante una hora un género musical propio del Ecuador, pero muy popular en la sierra de

Piura: los sanjuanitos, muy distinto a la cumbia sanjuanera –mezcla de cumbia y sanjuanito –.

3.3.15. “Los Especiales de Ayabaca”

9:00 - 10:00 p.m. Aquí se cierra la programación. En este espacio se programa la música que piden los oyentes por medio de sus cartas o vía telefónica. Sin embargo, no tiene una producción definida ni publicidad.

En lo que respecta a la programación de sábado y domingo, esta corre a criterio de los locutores encargados de acuerdo a sus horarios de trabajo, es decir, que no rige la programación habitual de lunes a viernes.

Habría que añadir dentro de la programación de Radio Ayavaca el programa: “La Escuela del Aire” que se emite todos los miércoles de 5 a 6 de la tarde. Este programa es contratado por la Unidad de Gestión Educativa Local-Ugel Ayavaca, dependencia del Ministerio de Educación. Este programa sí cuenta con una estructura definida y con producción, pero no con publicidad.

La producción corría a cargo de tres profesoras de la ciudad de Ayabaca: Mariella DallOrto, Clara Rosa Quevedo y Regina Zavala. La estructura venía predefinida desde Lima, pues era un proyecto del Ministerio de Educación para las zonas rurales del país⁴⁰. Este programa se emite en 14 ciudades del país.

⁴⁰ Según el portal electrónico del Ministerio de Educación – www.minedu.gob.pe – este programa beneficia en líneas generales a los distritos de Ayavaca, Frías y Suyo. En estos tres distritos existen coordinadores generales y, ya se han emitido 24 programas. Las comunidades beneficiadas son las siguientes: Comunidad de Aypate, Ayavaca; Distrito de Frías y sus comunidades: Tucaque, Huasipe, Limón, Pampa Grande, Común; Distrito de Suyo y sus comunidades: Suyo, El Jardín, Cachaquito,

La Escuela del Aire ha despertado el mayor interés en la comunidad educativa que recepciona sus emisiones en 16 regiones y 23 sedes a nivel nacional. En este programa se promueve la participación de la comunidad organizada a través de los PRONOEI⁴¹, CEI⁴², así como estrategias innovadoras y exitosas en todos los niveles educativos. Asimismo, se difunden temas de investigación referidos a educación temprana, a fin de mejorar la calidad de la educación de niñas, niños y jóvenes con la participación de los padres de familia y la comunidad organizada, y fortalecer el sistema educativo en áreas rurales.

Por otro lado, “Radio Ayabaca” sí modifica su programación habitual, de acuerdo a la coyuntura y sus objetivos. Por ejemplo, el 16 de octubre fue transmitido el mitin de las comunidades campesinas de Ayabaca, luego de acatar el paro regional que convocaron los frentes ronderiles de las provincias involucradas en el proyecto minero Río Blanco.

La programación se interrumpió al promediar el mediodía. El mitin también fue transmitido por algunas emisoras de la localidad como Radio Impacto (AM) y Radio Aypate (AM), pero por algunos minutos. “Radio Ayabaca” interrumpió la transmisión a las 2 de la tarde para dar paso al noticiero que se debió iniciar una hora antes.

Mientras tanto, Radio Marconi, Radio Súper Éxito y Radio Poder (todas en FM) mantuvieron su programación habitual. La única emisora que no transmitió ese día fue Radio Campesina por miedo a posibles desmanes que protagonizaran los ronderos en contra de su local. Para los comuneros, Radio Campesina está a favor de la minería.

Chirinos, Puente Internacional, Santa Ana, Puente Quiróz, Sarayuyo, El Aterrizaje, Santa Rosa, Zapallal, La Monja, Quebrada Seca.

⁴¹ Programas No Escolarizados de Educación Inicial.

⁴² Centros de Educación Inicial.

En algún momento se aprovechó el convenio firmado entre Radio Ayabaca y Radio Cutivalú de Piura, en lo referente al intercambio de programas. En una oportunidad se transmitió en Radio Ayabaca el *talk show* radial de los sábados de Radio Cutivalú: “Usted Juzga”, cuyo tema central era el conflicto minero y, donde participaron los funcionarios de la Empresa Minera Majaz y algunos comuneros. Sin embargo, fue la única vez que se aprovechó este convenio.

De lo relatado se puede deducir:

1) El 70% de la programación de Radio Ayabaca es musical, y el restante es información.

2) Tomando en cuenta las definiciones que se ha brindado en el primer y segundo capítulo, esta emisora tiene muchas debilidades: falta de personal; urgente producción para sus programas; escaso financiamiento para el pago de personal, servicios básicos e inversión en tecnología.

3) Falta preparación en su personal para la producción radial y manejo de los programas de audio.

4) Falta visión de negocio para la publicidad.

5) Falta preparación en la elaboración de proyectos para la cooperación internacional, que les permita ingresos que faciliten el funcionamiento de la radio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DEL NOTICIERO “LA VOZ DE LA FRONTERA”

Luego del panorama presentado en los tres capítulos anteriores, es importante estudiar detenidamente el noticiero “La Voz de la Frontera”, uno de los programas más importantes dentro de la parrilla de programación de Radio Ayabaca pues es el espacio donde el gerente, Rogelio Cruz y el periodista, Julio Vásquez pusieron el mayor empeño para mejorarlo, tanto en la parte periodística como en la parte técnica.

En este último capítulo, explicaremos la definición de noticia y noticiero, como punto de partida para analizar si los productos de Radio Ayabaca se ajustan a los estándares de calidad que manejamos. Luego, haremos la exposición propia del noticiero, con el detalle del contexto en que se emite este programa, la línea editorial que sigue el noticiero, su estructura radiofónica, en manejo de fuentes informativas, la producción, la conducción y la publicidad.

4.1.- Definición de noticia

En su definición más básica, la noticia es “contenido de una comunicación antes desconocida. Hecho divulgado. La que impresiona por ser imprevista y muy importante” (RAE, 2006). La última característica de este concepto mostrado es importante: “...impresiona porque es imprevista e importante”. Pues, la noticia es un hecho actual, del momento, involucra a la sociedad y, tiene importancia porque, hasta antes de su divulgación, no era conocida.

Merayo define la noticia como la narración de los elementos básicos del hecho y, si es necesario, su breve explicación, utilizando

los documentos sonoros más significativos e imprescindibles. Aparentemente se trata de la forma más sencilla de dar cuenta de un hecho sin pretender expresar opinión alguna. Y esta expresión se da a conocer a través de un medio sonoro como es la radio y, específicamente en un noticiero. (Merayo, 2002, p. 87).

El profesor de la Universidad de Berlín, E. Dovifat, citado por la Enciclopedia GER entiende que la noticia necesita: 1) ser de utilidad y valor para el receptor; 2) Ser nueva, recién transmitida; y 3) ser comunicada a través de un tercero que, de una manera u otra, volcará sobre la noticia la impronta de su propia subjetividad. (Enciclopedia GER, 2006).

De esta manera podemos señalar que una noticia es cualquier información de un acontecimiento actual, habitualmente transmitida por los medios de comunicación como periódico, televisión, radio o Internet. Asimismo, la noticia es información que se distingue de cualquier otro género por su condición de hecho actual y responde a las siguientes preguntas: ¿Quiénes?, ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cómo?”.

4.2.- Breve definición de noticiero

Por su parte, un noticiero en su más simple definición es “el que da noticias” (RAE, 2006). En líneas generales, se puede afirmar que un noticiero es el espacio que muchos miran o escuchan con la expectativa mínima de quedar lo mejor informados posible.

De acuerdo a un estudio para la medición de la calidad en la prensa y televisión chilenas elaborado por la Pontificia Universidad Católica de Chile, se puede determinar que un noticiero es el producto final que entregan los medios a su público, luego de procesar seleccionar y priorizar información –noticia– para luego difundirlo de manera comprensible y atractiva para el público. Esta entrega debe enmarcar en un contexto, y con el enfoque adecuado. (Puente; Pellegrini, 2003).

Los investigadores Enric Saperas y Josep Gifreu realizaron un estudio denominado “El formato de la información en las televisiones europeas. Elementos comunes y peculiaridades significativas”, con el fin de determinar, entre otras cosas, los elementos más significativos del formato de los noticieros.

Ellos infieren ocho elementos a tomar en cuenta para la elaboración de un noticiero, sin embargo, hemos tomado en cuenta sólo siete debido a que se adecuan a la experiencia radial en Perú. Debemos indicar que hemos adaptado los elementos que estos investigadores proponen, tanto a la televisión como a la radio.

- 1) Horario: Inicio de emisión.
- 2) Careta de identificación: En un contexto de amplia pluralidad de ofertas, el reconocimiento instantáneo de la careta de presentación no es sólo una exigencia de marketing, sino también de reconocimiento del formato informativo.
- 3) Locutor(es): Entendemos aquí por locutor cualquier personaje que toma la palabra en nombre del medio de comunicación. Habitualmente se trata de profesionales, periodistas o no, en funciones de conductor, de reportero, de corresponsal o de comentarista.
- 4) Sumario: Es la presentación sucinta de las noticias principales de la actualidad del día o del momento de la edición, que proporciona el eje argumentativo central al noticiero. Se cuantifica por su duración en minutos y por el número de noticias que contiene.
- 5) Secciones: Son formas de organización o agrupación temática de las unidades informativas.

- 6) Soporte visual (o auditivo): Cualquier recurso discursivo que facilite una información en imágenes o en audio.
- 7) Resumen de sumario: Cierre del noticiario con la repetición del sumario o bien con una exposición sumaria de las noticias del día o de la edición. Se cuantifica por el tiempo de duración y por el número de noticias que resume.
- 8) Duración: Período temporal que establece los límites de exposición o escucha a la información de los noticieros en el flujo de la programación de un canal televisivo o radio (Este es el caso de cuánto dura el noticiario en promedio y, si se extiende cuando se presentan emergencias o noticias de último minuto). Se cuantifica en unidades de tiempo. (Saperas; Gifreu, 2004).

4.3.- ¿Qué es “La Voz de la Frontera”?

“La Voz de la Frontera” es el nombre del noticiario de Radio Ayabaca y, está bajo la producción y conducción del periodista, Julio César Vásquez Calle.

Los noticieros de la ciudad de Ayavaca muestran una deficiencia básica: el poco conocimiento de la inmediatez del medio. Es común escuchar en los noticieros informaciones pasadas incluso, hasta con tres días de retraso. Durante la investigación, el responsable del noticiario de Radio Ayabaca corrigió, dentro de las posibilidades de la tecnología y el tiempo, esta deficiencia.

En algún momento de la investigación, nos llegamos a involucrar en la producción del noticiario sugiriendo temas. Luego, se empezó a recoger información y, por unos días hicimos el programa,

trabajo que, consistía en el recojo de información, elaboración de la plantilla de noticias y conducción del programa¹.

El noticiero se emitía de lunes a viernes de 1 a 2 de la tarde. Este espacio se inició desde febrero del año 2005 cuando Julio Vásquez ingresó a trabajar a la radio para la conducción de este espacio.

“La Voz de la Frontera” siempre ha tenido en la narración a dos conductores: Lizbeth Rivera y Julio Vásquez, sin embargo la responsabilidad de lo que se dice en el programa siempre ha recaído en el periodista.

La lectura de las noticias se realiza a través de una computadora. A inicios del 2005, la información se imprimía en las cabinas públicas de Internet donde se recogía las noticias.

4.4.- Contexto para la elaboración y transmisión

En zonas de frontera como Ayavaca, los noticieros en radio son los instrumentos más asequibles que tiene la población, pues en cualquier casa existe un receptor de radio. Además, los diarios llegan a la ciudad pasado el mediodía y sólo se ven tres canales de televisión, uno del Estado y dos privados.

La provincia de Ayavaca vive bajo dos realidades bien marcadas: el conflicto minería versus agricultura y el narcotráfico que,

¹ El trabajo de producción del noticiero lo inicié cuando el productor y conductor, Julio Vásquez Calle se ausentó debido a que debía rendir su manifestación judicial por los problemas suscitados a inicios de agosto, cuando un grupo de comuneros y comuneras de las zonas involucradas en el conflicto minero trataron de tomar las instalaciones del campamento minero Majaz. Durante ese suceso, Julio Vásquez estuvo en su condición de periodista cubriendo dicha movilización.

combinados con la pobreza de la zona y la casi nula presencia del Estado forman un cóctel en constante ebullición. Los noticieros radiales se desenvuelven en el temor de ser agredidos física o moralmente, si es que muestran posturas contrarias a la del público en general².

La provincia de Ayavaca es una zona de paso en el tráfico ilícito de drogas hacia el Ecuador. En una publicación del diario capitalino *El Comercio*, citando fuentes policiales, señalaba que “sólo en el año 2005 se decomisaron 76 mil plantones de amapola en Ayavaca sin olvidar que el caserío de Aragoto es una zona de libre tránsito de droga. Al narcotráfico no le conviene que una mina se instale en sus dominios”³.

El mismo diario señaló que durante los preparativos para la movilización del 1 de agosto de 2005 hacia el campamento minero de la empresa Majaz, “el Concejo Provincial de Ayavaca, representado por su alcalde Práxedes Llacsahuanga, habría entregado unos 15 mil soles”. De igual modo, *El Comercio* deslizó la hipótesis que “dichas colaboraciones provendrían del narcotráfico, que sumarían varios miles de soles, y que habrían servido para el traslado y la alimentación de los comuneros, que durante más de un mes recorrieron (en autos contratados) los caseríos de Ayavaca y Huancabamba, donde se asientan las comunidades de ronderos, para convencerlos de realizar la marcha” (Obregón, 2005).

Por otro lado, Yante es una comunidad campesina de la provincia de Ayavaca comprendida dentro del proyecto minero Río Blanco, que se encuentra en su fase exploratoria a cargo de la empresa británica Monterrico Metals y, en Perú la ejecuta, su subsidiaria,

²Por ejemplo, Radio Campesina – emisora estatal – y considerada por los comuneros como “vendida” a la inversión minera, durante los días de protesta contra la empresa Majaz, no encendía sus equipos por miedo a que fueran atacadas sus instalaciones.

³ “Narcos estarían detrás del ataque a Majaz”. *El Comercio*. Nacional. Lima (PE), 8 de agosto de 2005.

Minera Majaz⁴. Sin embargo, existe la negativa de los comuneros a la explotación de los yacimientos mineros de esta zona, rechazo que se ha manifestado en enfrentamientos, marchas y negativas a la participación en mesas de diálogo⁵.

El Comercio, en un informe divulgado a mediados de agosto de 2005, señala que preocupaba la desinformación existente entre los campesinos sobre el trabajo que venía realizando la empresa minera Majaz y, para este medio, esta debilidad era reforzada por el mal trabajo de las emisoras locales.

“A esta errada información contribuye la mayoría de emisoras locales, que han tomado una postura contra la mina y hasta alientan acciones violentas. Para muestra un botón: el último miércoles a las 9:30 p.m. un locutor de Radio Ayabaca decía: ‘Hemos visto una camioneta roja de la minera Majaz circular por Ayabaca. Alertamos a los comuneros para que hagan sentir su presencia y pregunten dónde están nuestros desaparecidos. Este dato fue falso, al igual que la versión de siete muertos durante el enfrentamiento del pasado lunes, que se propaló en Ayabaca hasta el viernes’ (Obregón, 2005).

A pesar de ello, un gran grupo de comuneros respaldaron el trabajo de Radio Ayabaca en los días de la movilización más fuertes – entre el 26 de julio y 1 de agosto de 2006 –. Durante la emisión de un noticiero, el gerente, Rogelio Cruz habló por la radio sobre el posible cierre de la emisora, debido a que el Ministerio de Transportes y

⁴ Según la web de Minera Majaz S. A. (www.rioblanco.com.pe) es una empresa peruana, dedicada al desarrollo minero y operadora del Proyecto Río Blanco, un yacimiento de cobre y molibdeno. Minera Majaz S.A. continúa con la etapa exploratoria del yacimiento principal del Proyecto Río Blanco, habiendo confirmado la existencia hasta la actualidad de más de 1 billón de toneladas de minerales con contenido de 0.71 % de cobre equivalente (tomando en cuenta el contenido de molibdeno).

⁵ El proyecto minero Río Blanco incluye, además de la comunidad campesina de Yanta-Ayavaca, a las comunidades campesinas de Segunda y Cajas en la provincia andina piurana de Huancabamba. Asimismo, a las comunidades campesinas de Jaén y San Ignacio en el departamento de Cajamarca.

Comunicaciones no les otorgaba la licencia. El 16 de agosto, durante el desarrollo de la segunda convocatoria de paro macro regional, los más de dos mil campesinos reunidos en la Plaza de Armas de la ciudad de Ayavaca mostraron, a gritos y vítores, su rechazo al posible cierre de la emisora⁶.

Por otro lado, es necesario referir que, a la ciudad de Ayabaca, los diarios del departamento –*El Tiempo*, *Correo*, *La Hora* y *La República*– llegan entre la una y las tres de la tarde cuando los buses interprovinciales arriban a la ciudad desde la capital del departamento, Piura⁷.

Una dificultad recurrente que tenía Radio Ayabaca eran los continuos cortes de energía eléctrica. Generalmente, la empresa de energía ‘cortaba’ el servicio o, en el mejor de los casos, la potencia de la energía disminuía considerablemente que debían apagarse los equipos para evitar su deterioro.

En el tiempo de la investigación, el fluido eléctrico era suspendido antes o durante el noticiero. Cuando se cortaba antes, no se podía obtener información de Internet porque las cabinas públicas cerraban o, cuando hubo el servicio en la radio, no se encendían los equipos. Cuando se suspendía el servicio eléctrico durante el noticiero, obviamente se cortaba la programación.

⁶ Experiencia vivencial.

⁷ En la ciudad de Ayavaca, los únicos diarios que se venden son *Correo* y *El Tiempo* y, llegan a la provincia a partir de las 2 de la tarde. Los distribuidores elevan el precio entre 50 y 100 por ciento. Por ejemplo, el *Correo* vale S/ 0.50 en Piura, en Ayabaca vale 1 sol, mientras que el valor de *El Tiempo* es 1 sol y, allá se vende a S/ 1.50. El diario *La República* llega a la ciudad, pero como un pedido especial de alguna institución o una persona en particular.

4.5.- Línea Editorial

La línea editorial es la postura ideológica del medio de comunicación. Es el encuadre de ideales en el cual un medio de comunicación se desenvuelve. Radio Ayabaca tiene como línea editorial, el prestar especial atención a los problemas, necesidades y actividades de las comunidades a las que llega con su señal.

Hay que recordar que Radio Ayabaca, dentro de su constitución legal en los Registros Públicos señala que, la radio garantizará la transmisión de programas informativos, culturales, educativos y de entretenimiento⁸.

Asimismo, la emisora busca la práctica de un periodismo inclusivo, formando la idea de comunidad donde, los ciudadanos se congreguen y proyecten mejoras en su calidad de vida. Asimismo, deja en claro que será la radio el actor principal, sino que es la gente la que hace radio.

Estos principios de su línea editorial rigen, como es obvio, para la construcción del noticiero “La Voz de la Frontera”.

4.6.- Estructura

Analizar la estructura de un noticiero es analizar la columna vertebral del programa noticioso sin el cual, las noticias que se presentan no tendrían un sentido coherente y, con la consecuente huída del oyente.

⁸ N° Partida 11024587 Registro de Personas Jurídicas, Rubro: Constitución. “Radio Ayabaca” fue inscrita en la Oficina Registral de la provincia de Sullana, departamento Piura, como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada el 13 de mayo de 2004.

Merayo señala que “es necesario que el conjunto del mensaje esté dotado de una lógica interna, es decir, de una estructura. Sin ella es casi seguro que el oyente se perderá: disminuirá su atención, comprenderá menos o abandonará la escucha”. (Merayo, 2002, p. 74).

“La Voz de la Frontera” tiene una estructura mínimamente definida:

- 1) Una hora de duración: 1 p.m. a 2 p.m.
- 2) Se emite de lunes a viernes.
- 3) Bloques: careta del presentación, saludo de los conductores, presentación de titulares, corte comercial, lectura de noticias locales y regionales, corte comercial, entrevista de actualidad, lectura de noticias nacionales e internacionales, corte comercial, despedida del noticiero, careta de salida.
- 4) Presencia de publicidad comercial e institucional y propaganda.
- 5) Participación de la audiencia con la presencia física de los oyentes.

El noticiero se emite de lunes a viernes, en el horario de 1 a 2 de la tarde, en su doble frecuencia, 98.9 FM y 1150 AM. El noticiero se inicia con la careta⁹ de presentación. Debemos señalar que, a inicios de la investigación, el programa no contaba con careta y, la manera de iniciar y terminar el programa era con una música de fondo y las palabras de los conductores.

⁹Careta: es una sintonía más elaborada; con créditos o títulos fijos (aquellos que van a aparecer en todas y cada una de las emisiones de ese programa) y que puede incluir otros textos como introducción temática, declaraciones de intenciones, entradillas, etc., que son fijos. En la elaboración de la careta importa que la música no se asocie con otros motivos distintos del programa o sección. Interesa, además, que no sea una música demasiado popular, excesivamente oída, pues una pieza que haya alcanzado amplia difusión en los medios corre el peligro de que el oyente establezca relaciones del todo ajenas al propósito del programa. Lógicamente, hay que huir de la música cantada.

La investigadora española Carmen Peñafiel señala que “la utilización de la música es necesaria en el marco de la estructura del marco informativo. Las sintonías, las ráfagas musicales y otros efectos enriquecen la presentación de los programas de noticias y permiten unas transiciones narrativas de unos bloques de noticias a otros, además de cumplir una función de separación” (Peñafiel, 2002, p. 37).

Añade Peñafiel que “el papel de la música en la radio gira en torno a los siguientes parámetros: como organizadora de contenidos, como contenido en sí misma, como elemento interno en la narración radiofónica, independientemente del formato en el cual intervenga” (Peñafiel, 2002, p. 37).

Durante la investigación, se pudo observar el escaso uso de recursos musicales en el noticiero “La Voz de la Frontera”. En la quincena de setiembre, el periodista Julio Vásquez grabó una careta de presentación en el laboratorio de radio de la Universidad de Piura. Sin embargo, esa careta no se programaba con frecuencia debido a la falta de responsabilidad del programador de turno.

Luego de la careta de presentación, los conductores saludan a la audiencia y, se leen los titulares del día. La redacción y lectura de titulares fue distinta de un momento a otro del análisis. Cuando se alquilaba el servicio en una cabina pública, por cuestión de tiempo, Julio Vásquez “cortaba y pegaba” los titulares tal cual aparecían en las páginas electrónicas de los medios consultados. En algunas ocasiones se llegaron a leer titulares repetidos.

Después de tres meses sin Internet, este se reinstaló. Así, se tuvo más tiempo para reacomodar los titulares de medios escritos al lenguaje radial. A pesar de las deficiencias, siempre se mantuvo la idea de leer los titulares priorizando las noticias locales y regionales, luego las nacionales, internacionales y deportivas. Generalmente, las noticias escogidas por el periodista Julio Vásquez debían tener cierta incidencia o relación con la realidad ayavaquina.

Luego de la lectura de titulares había un breve corte comercial. Aquí se programaba anuncios de las cabinas de Internet de donde se recogía la información para el noticiero, asimismo se lanzaba una propaganda sobre la importancia de la conservación del agua extraída de la página web de Radialistas. Luego de ello, se iniciaba la ampliación informativa de los titulares.

La lectura de ampliación tenía dos características. La primera: la lectura se hacía como si se leyera un periódico, lo que resultaba cansado para los conductores y el público oyente. Los únicos cortes habituales entre la lectura de cada noticia eran mencionar la hora o decir: “Este es su noticiero, la Voz de la Frontera en Radio Ayabaca”. En varias oportunidades, la pausa en la lectura de noticias se hizo después de cada diez minutos.

La segunda característica era la deficiente calidad lectora de la conductora del noticiero. Una de las razones a esta deficiencia era la extensa información que se recogía. Otra razón es, el problema recurrente de miles de peruanos: el escaso hábito por la lectura¹⁰.

Por ejemplo, se desconocía el significado de algunas siglas de instituciones u organizaciones nacionales e internacionales. Asimismo, no había un pleno conocimiento de la trascendencia de algunos personajes importantes de la vida política nacional e internacional.

Además, no se ponía énfasis en la lectura de notas entrecomilladas; las palabras en idiomas diferentes al castellano no se leían o se leían mal; se hacía mención de lugares sin ubicar a los oyentes, lo cual para la audiencia de una zona rural es una deficiencia

¹⁰ Según una nota de prensa publicada en la página web de el Acuerdo Nacional (<http://www.acuerdonacional.gob.pe/NotasPrensa/NP-AN/NP-20050824.htm>), a pesar de situarse dentro del promedio en cuanto al acceso a la educación primaria y secundaria, todavía presenta retrocesos: 73% de analfabetos en nuestro país son mujeres y el nivel de aprendizaje y lectura (último lugar en niveles de lectura y desempeño, en ambos casos inferiores al nivel 1, que es el más bajo).

a tomar en cuenta¹¹; se anunciaba ampliación de notas nacionales, pero leían noticias internacionales y, regresaban a las regionales. Ante tal situación, algunos oyentes de la misma ciudad acudieron al local de la emisora a exigirle los conductores que evitaran, en lo posible, cometer errores en la lectura de las noticias pues, a veces, no entendían la información brindada.

Algunas de estas deficiencias se superaron con el transcurrir de las semanas pues, durante la tercera semana de la investigación nos involucramos, en cierta medida, con las mejoras del noticiero¹².

En la programación de audios, el periodista Julio Vásquez, debido a la coyuntura, recogía informaciones relacionadas al tema minero, de preferencia de las zonas de Ayavaca y Huancabamba. Los audios eran recogidos de las webs de Radio Cutivalú de Piura, Radio Marañón de Jaén y CPN Radio que constantemente informaban sobre el conflicto minería-agricultura o sobre inversiones mineras. Asimismo, se incluía opiniones de funcionarios del Estado o especialistas en dichos temas. Los audios, generalmente, tenían una duración de casi cinco minutos y, a veces se programaban completos, dependiendo de la relevancia de la información.

Merayo señala que los audios de extensa duración deberían ser usados en dos o tres bloques, siempre y cuando el tema sea de una relevancia importante. “Las grabaciones que se inserten en un informativo han de ser necesariamente breves, de manera que no sobrepasen nunca los treinta o cuarenta segundos de duración. Cuando el testimonio exceda ese tiempo y tenga verdadero interés será preferible fraccionar en dos o más partes y alternar cada uno de ellos con texto. Sólo en el caso de que el documento sea excepcionalmente

¹¹ Por ejemplo, hablaban de la ciudad de Zurich, la ciudad más poblada de Suiza, caracterizada por ser un paraíso bancario. Estas noticias estaban relacionadas a las denuncias de corrupción en el gobierno de Alberto Fujimori, pero se mencionaba la ciudad pero no dónde se ubicada. Asimismo, cuando se debía leer el nombre de algunos cancilleres de la República como Fernando de Trazegnies Granda o, el embajador peruano en Colombia, Harold Forsyth, entre otros términos.

¹² Por espacio de dos días se les explicó a los integrantes de la radio sobre la importancia de recoger la información adecuada, tanto para el noticiero así como para los demás programas que conforman la parrilla de programación.

interesante y no resulta aconsejable dividirlo en unidades menores se emitirá íntegro” (Merayo, 2002, p. 82).

Luego de algunas semanas, se decidió extraer algunos audios sobre otros temas de interés regional. Por ejemplo, audios de una huelga médica, un paro de transportistas, narcotráfico o declaraciones de algún político nacional que haya visitado la región. Generalmente, la página web de Radio Cutivalú era la principal fuente de información en audio y texto.

Entre los bloques de noticias, estaban programados los cortes comerciales de entre uno a cuatro minutos, aunque no se contaba con una pauta publicitaria. Aquí se incluía anuncios de las cabinas de Internet SYSCOM 2000, en la cual se recogía información. Asimismo, se incluían propagandas de evangelización de la Iglesia Matriz de Ayavaca o de conservación del medio ambiente.

Por lo general, el noticiero tiene la duración habitual de una hora pero, se presentaron ocasiones en que el programa duró menos de una hora, por falta de información o, se extendió por más de una hora porque tuvieron exceso de noticias.

Dentro de la estructura del noticiero se consideran entrevistas con algún político, funcionario o dirigente de alguna comunidad campesina, en la cabina de transmisión. Sin embargo, debido a debilidades tecnológicas y económicas, no hay entrevistas por teléfono.

Hay que indicar, que durante las primeras dos semanas de la presente investigación, no era frecuente la inclusión de entrevistas. Julio Vásquez refería varias razones, entre ellas el poco tiempo disponible para buscar un entrevistado. Las entrevistas que se lograron hacer en cabina fueron a dirigentes de comunidades campesinas, funcionarios municipales y, algunos políticos regionales que llegaron a la ciudad.

La participación de la audiencia se reflejaba a través de dos modalidades frecuentes: envío de cartas desde las diversas comunidades campesinas y, la presencia física de los oyentes en el local de la emisora. Cuando, se presentaba esta última situación, el conductor solicitaba un corte comercial y, en esos breves segundos, preguntaba a los visitantes cuál era el tema que querían dar a conocer. Luego de ello, ingresaban a la cabina de transmisión y, se les entrevistaba. Finalmente, los conductores despedían el programa.

4.7.- Manejo de fuentes informativas

Peñañiel señala “las fuentes de información pueden ser: las agencias de noticias, un gabinete de comunicación de cualquier empresa o institución, una persona involucrada en el hecho noticioso, los tribunales, agentes sociales, asociaciones de vecinos, hospitales, etc., aunque también son consideradas fuentes aquellos documentos que pueden ser consultados por el propio periodista, tales como archivo, libros, revistas, publicaciones, etc.” (Peñañiel, 2002, p. 43).

Agrega la autora que, “las fuentes nos suministran datos e información que, son la esencia de la actividad periodística. Se suele decir que el mejor medio es el que estar mejor informado, y el mejor informado es el que dispone de una buena agenda y de mejores fuentes de información”. (Martínez-Costa María del Pilar, 2002, p. 43).

Las fuentes informativas para el noticiero “La Voz de la Frontera” se resumen en dos: fuentes electrónicas – páginas web – y la información que recogían de las comunidades campesinas.

Las fuentes electrónicas: era la consulta diaria de las páginas web de las emisoras y diarios regionales y nacionales. Se consultaba la información que ‘colgaba’ Radio Cutivalú de Piura, CPN Radio de

Lima, Radio Marañón de Jaén, Radio 1160 de Lima¹³. En lo que respecta a los diarios, se recogía la información del diario *El Tiempo* de Piura y, cierta información del diario *Correo*, así como del diario *La República* y *El Comercio*¹⁴.

Cuando se desarrolló el paro regional de Rondas Campesinas del 16 de setiembre de 2005, el noticiero “La Voz de la Frontera” informó sobre lo que había sucedido no sólo en Ayavaca, sino también en las otras provincias. Se presentaron audios de Radio Cutivalú y Radio Marañón sobre cómo se había desarrollado el paro de comuneros en dichas zonas. Asimismo, se leyó noticias relacionadas al evento y se dio cuenta de opiniones de especialistas.

En la elaboración de la plantilla de noticias se incluía la información recogida de otras páginas informativas departamentales como El Regional de Piura, así como de la agencia oficial de noticias Andina¹⁵. En algunas oportunidades, se leyeron columnas de opinión publicadas en los diarios *El Tiempo* y *Correo*, relacionadas con el conflicto minería. Siempre se mencionó el medio periodístico del cual provenía.

Por ejemplo, cuando estuve a cargo de la conducción del noticiero, leí un informe publicado por el diario *Correo* de Piura donde se afirmaba que la acusación del juez de Huancabamba, Edwin Culquicóndor no contemplaba a los verdaderos cabecillas del enfrentamiento del 1 de agosto en el campamento minero. En el

¹³ Los audios estaban relacionados al tema minero, de preferencia de las zonas de Ayavaca y Huancabamba.

¹⁴ Radio Cutivalú colocaba en su página web los despachos realizados por sus corresponsales y, le daba mucha cobertura al desarrollaba del conflicto minero en las provincias andinas de Piura. Radio Marañón de Jaén (Cajamarca) era el otro departamento involucrado en el conflicto minero. Asimismo, Julio Vásquez consultaba con frecuencia la página web de CPN Radio, donde también se colocaban notas informativas en texto y audios sobre el conflicto minero. Esta manera de presentar el noticiero no lo ofrecían las otras radios de la ciudad.

¹⁵ www.elregionalpiura.com.pe y, www.andina.com.pe

informe se acusaba como cabecillas al dirigente ayavaquino Mario Tabra Guerrero y a otro dirigente de la localidad de Jaén.

Otra fuente: las comunidades campesinas. Se entrevistaba a dirigentes de las diversas comunidades. Cuando no eran entrevistados, las comunidades enviaban datos sobre los acuerdos o novedades de las diversas asambleas que realizaban en su zona.

Los testimonios eran brindados por dirigentes comunales como el presidente de la Federación Provincial de Rondas Campesinas de Ayavaca (FEPROCCA), Magdiel Carrión Pintado. Asimismo, de otras comunidades como el señor Sinecio López Jiménez, de la comunidad de Yanta, otros de las comunidades de Andurco, Parcochacas, Lagunas, Arraypita, San Sebastián, entre otras.

Las comunidades, durante el tiempo de la investigación mostraban su desconfianza y negativa ante una posible explotación minera en la zona tal como lo recogen artículos periodísticos de diarios regionales¹⁶.

Debemos mencionar, asimismo, que en alguna oportunidad se entrevistó en la radio a personajes que señalaban que la minería podía convivir con la agricultura, tal como lo señalara el secretario departamental del Partido Popular Cristiano, Miguel Cueva Celi, quien estuvo por la ciudad de Ayavaca en la segunda semana de setiembre con motivo del Referéndum para la conformación de regiones del 30 de octubre. En otra oportunidad, Julio Vásquez entrevistó, al Gerente de Relaciones Comunitarias de la empresa minera Majaz, Raúl Urbina en la cabina de de Radio Ayabaca. Los temas a tratar fueron: la viabilidad de un proyecto minero en la zona, la muerte de los dos ronderos en los enfrentamientos en las alturas de Ayavaca y Huancabamba y, las mesas de diálogo.

¹⁶ “Ante intransigencia de comuneros, Centro Ayabaquino pondrá en debate proyecto minero”. Diario *Correo*, 4 de octubre 2006, pág. 2.

En lo que respecta a fuentes fijas de información como corresponsales en las comunidades campesinas, el noticiero no había conseguido conformar una pequeña red de corresponsales. Y esto no es contradictorio con la visita que hacían los comuneros a los estudios de la radio. Aunque la información que aportaban en cada visita era importante para conocer la realidad de las comunidades, estas no eran frecuentes.

En esta debilidad aparecían limitantes como la falta de aparatos tecnológicos en la radio que permitiera llamar a los posibles corresponsales a diario –en la emisora no se había instalado un híbrido para permitir la comunicación a través de la línea telefónica–. Además, la emisora no contaba con recursos económicos suficientes para colocar una línea clásica de teléfono y, poder monitorear los posibles despachos¹⁷.

Por otro lado, hay que indicar que cierto personal de la radio, que no influía en los temas periodísticos, tenía ciertos reparos con algunos medios de comunicación como el diario *Correo*, al cual tildaban de “mentiroso”.

OBSERVADOR: “Voy a bajar algunas notas de EPENSA”.

SECRETARIA: “¿Qué es eso?”

OBSERVADOR: “Una página donde se encuentra diario *Correo*”.

SECRETARIA: “¿Diario *Correo*? ¿Y para qué?”

OBSERVADOR: “Porque también trae noticias...”

SECRETARIA: “Pero ese diario apoya a la mina. Así se nos van a ir los oyentes o de repente la gente nos vienen a reclamar porque pasamos esas noticias”.

OBSERVADOR: “¿No te parece que debemos pasar las dos caras de la noticia?”

¹⁷ A pesar de esta limitación técnica, en algunas ocasiones, algunos dirigentes comunales se comunicaban con la radio, a través del hilo telefónico y, pedían hablar con el periodista Julio Vásquez para dar a conocer las actividades en su zona.

SECRETARIA: “Bueno, si tú lo dices, pero Julio (Vásquez) no saca de esa página...”

Es necesario reiterar que la secretaria no tenía ninguna injerencia en la determinación de los temas periodísticos. La conversación que hemos desarrollado, sólo es una opinión de la secretaria de la emisora.

4.8.- Producción

Amoedo señala que la producción es el trabajo esencial en un noticiero. La producción es el fundamento de la programación. El concepto de producción en radio se ha relacionado habitualmente con las técnicas de creación y realización. (Amoedo, 2002, p. 163).

Según la página electrónica “Media Radio” del Ministerio de Educación y Ciencia de España, la producción está muy ligada a la programación. “En el terreno de la comunicación radiofónica, la producción está estrechamente ligada al concepto de programa, en tanto que, globalmente entendida, afecta a todo el engranaje que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que sea” (Ministerio de Educación y Cultura de España, 2006).

Para Amoedo, la producción radiofónica es más un concepto periodístico que técnico. El autor entiende que la producción radiofónica es “el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos informativos y destrezas, cuyo ámbito de trabajo se centra en la realización de programas (...) y que tiene como objetivo la difusión para la consecución de la programación” (Amoedo, 2002, p. 164).

Con respecto a la Producción Informativa, Amoedo señala que es el “proceso que tiene como finalidad la creación de mensajes informativos, adaptados por la técnica, a los modos y a los principios operativos del trabajo de la radio”. El autor añade que “la producción

informativa tiene en cuenta los criterios de actualidad, universalidad, periodicidad y difusión” (Amoedo, 2002, p. 166).

En las emisoras de radio, la mayoría de los programas cuentan con el respaldo de un cuerpo de productores/as. Ellos/as son las personas que se encargan, por ejemplo, de concertar entrevistas, de buscar toda la documentación necesaria para la emisión de un reportaje, de preparar los temas musicales que formarán parte del espacio para el que trabajan, de seleccionar efectos sonoros, etc. Este cuerpo de profesionales pasa muchas veces inadvertido, pero sin su dedicación sería prácticamente imposible la emisión de muchos de los productos que conforman la oferta de las distintas emisoras (Ministerio de Educación y Cultura de España, 2006).

Finalmente, siguiendo a Amoedo, es importante rescatar lo que él llama: los hábitos y cualidades del productor, de los cuales señala que se adquieren con la práctica profesional. Así señala que la producción debe tener unas pautas y cualidades como:

- 1) Criterio informativo, entendido como la capacidad para establecer una selección informativa de actualidad.
- 2) Capacidad de organización de los recursos humanos y técnicos.
- 3) Capacidad de coordinación del equipo humano.
- 4) La búsqueda del testimonio como rutina y norma básica en la elaboración del mensaje radiofónico.
- 5) Capacidad de reacción ante los imprevistos.
- 6) Capacidad para representar mentalmente y en clave sonora una historia.
- 7) Sentido de la realización, cualidad basada en el conocimiento de las técnicas de realización y creación en radio, que ayudarán al director y al productor a dar forma al programa.
- 8) Cuidado de los elementos sonoros.
- 9) Materialización del guión.
- 10) evaluación del trabajo.

Tomando en cuenta las definiciones anteriores, la producción del noticiero de Radio Ayabaca cuenta con aspectos a rescatar y, otros por criticar. Debemos iniciar con una crítica: la falta de puntualidad para el inicio del noticiero.

Según la programación de la radio, “La Voz de la Frontera” debía iniciarse a la 1 de la tarde, pero se iniciaba minutos después. Como referimos líneas arriba, el periodista Julio Vásquez tenía dos empleos: empleado de una botica y periodista. A partir de las once de la mañana iba al Internet a recoger información – en texto y audio – lo que, por la demora en el servicio, se tardaba, en promedio, cinco minutos luego de la hora señalada en la programación.

En opinión de algunos oyentes que fueron al local de la radio, esa tardanza reflejaba falta de seriedad. Los miembros de la emisora reconocían el error y, trataron de enmendarlo pues trataron que no sea una constante.

Otro aspecto en la producción del noticiero era la elaboración de la plantilla de noticias¹⁸. Durante la investigación, se pudo distinguir dos etapas en la calidad de la elaboración de la plantilla de noticias. La primera, cuando la emisora no contaba con Internet y, la segunda cuando contaban con dicho servicio.

Al inicio de la presente investigación, la radio no contaba con Internet, lo que implicaba una debilidad porque el noticiero no se iniciaba a la hora prevista. Como mencioné líneas arriba, el periodista Julio Vásquez recogía información de audios y texto, cuando faltaba, en promedio, dos horas para el noticiero. Esa limitación sólo permitía que el periodista sólo copiara las informaciones, tal cual aparecían en la página electrónica consultada, sin ningún tipo de modificaciones.

¹⁸ La plantilla noticias es la hoja(s) que contienen las informaciones a leer durante el programa. Generalmente, esta plantilla se elabora en una página del programa informático de texto Word. Es una herramienta necesaria y valiosa porque es la guía a seguir durante la emisión del noticiero.

La segunda etapa fue al momento de reinstalar el servicio. Esta facilidad permitió que el periodista fuera muy temprano al local de la radio –entre 6:30 a.m. a 8 a.m. – a recoger información, texto y audio, de los principales medios regionales y nacionales. A su regreso –casi al medio día– la plantilla de noticias estaba avanzada en más del 50 por ciento y, adecuaba la información para el medio radiofónico y, ya no se hacía una lectura de diario como en la etapa anterior.

En la segunda etapa, marcada por la reinstalación del Internet, la plantilla mejoró porque había más tiempo para prepararla. Se obtenía información textual y en audios más temprano y, los titulares eran adecuados para un noticiero de radio. Esto facilitó la lectura que debían hacer los conductores.

La estructura de la plantilla de noticieras era: locales, regionales, nacionales, internacionales y deportivas. En un día común – sin hechos extraordinarios – se incluían, en promedio, diez noticias entre locales y regionales y, de esas, por lo menos cinco tenían su soporte en audio. Por otro lado, las noticias nacionales eran cinco y las internacionales tres. Finalmente, las noticias deportivas sumaban dos.

En la producción del noticiero es oportuno mencionar el contacto con personajes para las entrevistas en la cabina. Aunque se ha mencionado que no fueron muchas las entrevistas, el noticiero, de alguna manera, se diversificó porque se comentaban algunos temas de actualidad de la provincia.

El tema más tratado, en el periodo de la investigación, fue la exploración y posible explotación minera en la zona. Según el criterio de Julio Vásquez, se buscaba que las entrevistas fueran a personajes involucrados a este tema. Se entrevistó dirigentes provinciales y comunales de las comunidades campesinas de Ayavaca.

De acuerdo a lo que he venido señalando, el Internet y la computadora fueron parte esencial de la producción del noticiero. Estas innovaciones permitieron darle otro uso a la computadora pues,

antes sólo se le utilizaba en la lectura de noticias pero, se le empezó a dar uso en el Internet y, en los programas de audio que poseía la emisora.

Los audios recogidos de las páginas webs, eran lanzados “al aire” a través de la computadora usando el programa de audio *Zara Radio*. Esta dinámica se hacía con algunas noticias que necesitaban de un soporte auditivo que reforzara lo leído¹⁹.

Una de las fallas de producción era que, en pleno noticiero, permitían que dentro o en las inmediaciones de la cabina de transmisión se acercaran personas ajenas al trabajo. Esto provocó que, algunas veces, se “cuelen” ruidos y voces extrañas.

4.9.- Conducción

Según Rodero “como cualquier voz radiofónica, la informativa debe resultar agradable al oyente. Y una voz agradable, no sólo depende de las condiciones genéticas, sino del manejo que el conductor realice de ella. No es solo cuestión de nacer con una buena voz, también es necesario trabajarla, ejercitarla” (Rodero, 2002, p. 201). Asimismo, Rodero dota de vital importancia al tema de la prosodia.

“El papel de la prosodia en el mensaje radiofónico resulta esencial por cuanto colabora con la comprensión del sentido del texto informativo, incrementando con ello la atracción y la atención del oyente. Por eso, en la aplicación radiofónica es necesario cuidar la adecuación de cada uno de los rasgos al contenido de la información transmitida, según el propósito comunicativo del emisor” (Rodero, 2002, p. 206).

¹⁹ Julio Vásquez logró agenciarse de estos programas de audio para la programación de la radio. Se buscó ayuda de un ingeniero en sistemas para que instalara los programas de audio y, se encargara del mantenimiento de la computadora.

Lizbeth Rivera, Hernán Llapasca y Edwin Portocarrero conformaban el equipo de locutores y programadores en Radio Ayabaca. De los tres, Edwin Portocarrero llevó cursos de locución con profesionales de radios capitalinas, mientras que los otros dos integrantes sólo habían trabajado en radios locales. En lo que respecta a su preparación académica, Lizbeth Rivera estudiaba Educación en el Instituto Pedagógico de la ciudad. Edwin Portocarrero estudiaba una carrera técnica –materiales de construcción– en el Instituto Tecnológico y, Hernán Llapasca era músico de profesión.

Sin embargo, los conductores permanentes del noticiero eran Julio Vásquez y Lisbeth Rivera. En líneas generales, la lectura de ambos era comprensible para el oyente, aunque la lectura del periodista era mejor debido a una mayor preparación académica²⁰. Incluso, al momento de realizar las entrevistas, era Julio Vásquez quien las realizaba y, algunas veces, los invitados preferían al periodista para ser entrevistados.

4.10.- Publicidad

La publicidad también forma parte de la programación del noticiero, pero no es frecuente y, no tiene un orden definido. Según lo observado durante la investigación, el personal de la radio reconocía la importancia de la publicidad, aunque también reconocían su debilidad en el conocimiento de técnicas para conseguir anunciantes.

En el libro *“Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia”*, la comunicadora Kety Betés

²⁰ Julio Vásquez estudiaba en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura. Sin embargo, al momento de la investigación no se encontraba estudiando por algunos problemas económicos en su entorno familiar. El periodista estaba en el octavo ciclo de carrera.

Rodríguez señala que “la publicidad en radio forma parte de la programación hasta fundirse en ella (...) Aunque el formato más conocido y plasmado en todas las tarifas publicitarias sigue siendo la cuña, que en unos 20 ó 30 segundos y, entre músicas y algún efecto intenta recordar al oyente la marca y/o producto por el que debe optar” (Betés, 2004, p. 214)

Esta propaganda se mantuvo a lo largo de la investigación pero, después de tres semanas, la radio logró clientes comerciales. Por ejemplo, se hizo canje publicitario con las cabinas de Internet SYSCOM 2000 que ofrecían sus equipos para recoger la información del noticiario. También se transmitía en el programa “Ambiente Juvenil”. Este spot tenía una duración de 60 segundos.

Otro cliente fueron las hermandades religiosas, quienes compraban minutos para dar a conocer sus fiestas patronales²¹. Esta publicidad era muy extensa –podía tener hasta cinco minutos de duración–, y se transmitía en dos partes.

La secretaría de la Iglesia Matriz de Ayavaca –Nuestra Señora del Pilar– también compraba espacios radiales para difundir su trabajo sobre la evangelización. Estos espacios no eran extensos como los que compraban las hermandades.

Dos clientes que ingresaron en las últimas semanas de la investigación fueron: la Municipalidad Provincial de Ayavaca y la Caja Municipal de Piura. La primera utilizaba su espacio contratado para convocar a los comités de vasos de leche de las comunidades campesinas para que viajen a la ciudad de Ayabaca a las reuniones de coordinación y entrega de insumos. El segundo cliente, la Caja Municipal –entidad bancaria para las micro y pequeñas empresas– publicitaban sus nuevas ofertas en créditos o llamaban a sus clientes

²¹ Fiesta en honor a un santo o a la Virgen María y, que se acostumbran a realizar en las zonas rurales.

morosos para que se acercaran a sus oficinas a regularizar su situación crediticia.

Los anteriores eran espacios pagados que no sólo se transmitían dentro del noticiero sino también durante la programación. Sin embargo, debemos añadir que al iniciar la presente investigación, el noticiero tenía cortes de propaganda que, no era pagada, sino que se relacionaba con los objetivos de la emisora.

Así, por ejemplo, se programaba *propaganda ecológica*, como *spots* relacionados a la conservación del agua y medio ambiente y, dar a conocer los posibles efectos nocivos de las explotaciones mineras en el mundo (estos productos radiofónicos eran obtenidos de manera gratuita de la página web de Radialistas Apasionados).

Otra propaganda gratuita era la de Defensa Civil, mensajes relacionados a la seguridad en lugares públicos como discotecas, colegios, local municipal, entre otros. Esta propaganda se repetía tres veces dentro del noticiero.

En cuanto a la publicidad, lo único que estaba programado eran las horas en que se leerían los comunicados (cada hora). Lo demás, quedaba a criterio del conductor o de la hora en el que el cliente quería.

Éstas son las tarifas publicitarias que manejó Radio Ayabaca durante las siete semanas de mi investigación. Es una proforma que se les mostraba a los clientes que llegaban por algún mensaje, anuncio publicitario o si deseaban alquilar un espacio dentro de la programación.

MENSAJES EN GENERAL

COMUNICADO	S/. 1.00
CANCIÓN	S/. 1.00
SPOT PUBLICITARIO	S/. 1.00 por minuto.

ESPACIO RADIAL

1 HORA	S/. 60.00 por 55 minutos.
½ HORA	S/. 30.00 por 25 minutos
¼ HORA	S/. 15.00 por 12 minutos.

ESPACIO POLÍTICO

1 HORA	S/. 120.00 por 55 minutos.
½ HORA	S/. 60.00 por 25 minutos.
¼ HORA	S/. 30.00 por 12 minutos.

De los montos señalados, debemos indicar que los servicios más requeridos fueron los comunicados que sumaban 30 por día. Sin embargo, cuando era una fecha especial como Día de la Madre o la Fiesta del Señor Cautivo de Ayavaca, los comunicados llegaban a triplicarse.

Otro de los rubros más requeridos eran los mensajes con pedidos musicales incluidos que, sumaban 15 al día y, dependiendo de la fecha como en la situación anterior. Por otro lado, los *spots* publicitarios también eran contratados pero en menor proporción.

La venta de espacios radiales se hizo a un cliente: la Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) de Ayavaca (organismo que depende del Ministerio de Educación) para que todos los miércoles se transmitiera el programa “La Escuela del Aire” a las 5 de la tarde.

Por otro lado, durante el tiempo de la investigación, no se llegaron a contratar espacios políticos en la radio, aunque debemos referir que ese servicio estaba siendo analizado por el personal de la radio. La discusión se enmarcaba dentro de la posibilidad de ser considerada la emisora como parte de un partido o movimiento político, lo que les restaría imagen. Se pensaba excluirlo dentro de los servicios así se perdiera dinero.

De acuerdo a todo lo narrado y explicado en el presente capítulo, debemos señalar que Radio Ayabaca es una emisora que está dando los primeros pasos hacia un fortalecimiento como radio comunitaria aunque, para los miembros de la emisora todavía no quede claro el concepto.

Hay que reiterar que el gerente y el periodista de la radio tienen muy claro su modelo a seguir: Radio Cutivalú de Piura, que es una radio de tipo comunitaria, con 20 años de experiencia en la región Piura. Asimismo, en menor grado, se encuentra Radio Marañón de la provincia de Jaén, departamento de Cajamarca. Aunque, se debe reconocer que Radio Ayabaca es muy joven en su accionar y, como cualquier medio de comunicación no está exento de cometer errores.

Sin embargo, esta emisora tiene aspectos positivos a considerar y a explotar para fortalecer su trabajo como una radio comunitaria. Así tenemos, su relación con las comunidades campesinas, incluir espacios educativos dentro de su programación, considerar espacios informativos sobre temas específicos que involucran a la provincia como es el cuidado de los bosques de neblina, los páramos y, la conservación del medio ambiente y el agua.

Además, su noticiero, a pesar de los errores especificados líneas arriba, busca darles más información a sus oyentes, tanto con audios, entrevistas, microprogramas, reportajes, etc. Añadir que, cuentan con alguien que tiene cierta formación académica con conocimientos en comunicación que, aporta a la visión de radio comunitaria que podría fortalecer esta emisora.

CONCLUSIONES

Primera.

La identificación con las comunidades es el principal capital de las Radios Comunitarias. Esto genera una sustitución de la ilegalidad por la legitimidad popular, figura que se ajusta más a la realidad de la zona, donde la presencia de lo legal es ínfima, debido a que la presencia del Estado es casi nula. Aunque existen algunas radios comunitarias ilegales – o en proceso de formalización –, esto no constituye un problema para su funcionamiento e identificación con sus comunidades.

Segunda.

La comunicación comunitaria existe en función de la dinámica social en la que se desarrolla. Es en la relación que establece con su audiencia y en el proceso de participación que se justifica la razón de ser de una experiencia de comunicación comunitaria. En última instancia, no importa cómo haya surgido la iniciativa, mientras exista un proceso de apropiación comunitaria que garantice su autonomía y la independencia de su proyecto político y comunicacional.

Tercera.

El trabajo informativo de las emisoras comunitarias va ligado a su aporte en la construcción de la democracia. Por ello, se plantea la necesidad de un juego equilibrado entre los actores sociales, a partir del principio básico del reconocimiento de la igualdad de las personas y la posibilidad plural de la participación, más allá de las diferencias sociales,

económicas o políticas, es decir, el respeto de sus derechos fundamentales: acceso a la información y difusión de opiniones sin restricción. Sobre esta base, las radios comunitarias construyen agendas locales o regionales con la opinión de los actores vinculados a un problema específico, facilitando la posibilidad de apropiación de una herramienta de comunicación y desarrollo.

Cuarta.

Las radios comunitarias están sufriendo cierto nivel de agotamiento. En líneas generales nacieron en el calor de la lucha política y social, en épocas de dictaduras y enfrentamientos por volver a los sistemas democráticos. Las radios comunitarias ocuparon un espacio social y recibieron un apoyo total de sus audiencias. Sin embargo, hoy estas nociones se han desgastado y lastimosamente muchas emisoras comunitarias se han quedado en esa desconexión de una realidad distinta; otras, en ser oposición por oposición y no en mediadoras.

Quinta.

A las radios comunitarias les está haciendo falta un modelo de autosostenibilidad administrativa y financiera. Mejorar el servicio tiene que ver con la profesionalización de la radio, la actualización y mantenimiento del equipo técnico y profesional, realización de producciones propias y de capacitación. Todo esto requiere de recursos por lo que contar con mecanismos de financiamiento es indispensable. Aunque ciertamente las radios cuentan, por condición propia, con el trabajo voluntario de muchos colaboradores, a los que hay que capacitar, sin embargo, una radio no puede sólo funcionar con eso. Les falta un

modelo acorde con aspectos administrativos y financieros, teniendo cuidado en no poner en riesgo sus objetivos como emisoras comunitarias.

Sexta.

El personal de las radios comunitarias necesita una capacitación muy específica y especializada. Dada su naturaleza particular y su función, las radios comunitarias necesitan capacitación en diversos tópicos, desde conocimientos técnicos básicos hasta técnicas, habilidades y destrezas en producción de programas, programación, gerencia, mercadeo, dirección financiera, mantenimiento de equipos, relaciones públicas y en una serie de aspectos relacionados con el conocimiento de su audiencia o comunidades y de visión política para poder llevar adelante, con sentido, sus proyectos y propuestas.

Sétima.

Las radios comunitarias no deben quedarse en ser simplemente opositoras sino que deben ser conciliadoras. Así, estas emisoras tienen una responsabilidad social, escuchar las propuestas del oyente e invitarlo a solucionar sus problemas. Radio Ayabaca es una emisora que está dando los primeros pasos hacia un fortalecimiento como radio comunitaria, es muy joven en su accionar y, como cualquier medio de comunicación no está exento de cometer errores. Puede mejorar con la capacitación a su personal, buscar mejorar sus fuentes de financiamiento para el pago de personal, servicios básicos e inversión en tecnología. Asimismo, falta visión de negocio para la publicidad y capacitación para elaborar proyectos para la cooperación internacional, que les permita ingresos que faciliten el funcionamiento de la radio.

Octava.

Radio Ayabaca tiene aspectos positivos a considerar y, a explotar para fortalecer su trabajo como una radio comunitaria. Su relación con las comunidades campesinas, la inclusión de espacios educativos dentro de su programación así como programas informativos sobre temas específicos que involucran a la provincia como es el cuidado de los bosques de neblina, los páramos y, la conservación del medio ambiente y el agua. Asimismo, cuentan con alguien que tiene cierta formación académica con conocimientos en comunicación que, podría aportar más a la visión de una radio comunitaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Amoedo Casais, Avelino (2002). "La producción radiofónica en los programas informativos. Técnicas, hábitos y cualidades de la Producción Informativa". En: Martínez-Costa (Coord.), *Información Radiofónica* (163-193). Barcelona: Ariel.
- Arias-Godínez, Beatriz (1990). *La XEYT Radio Cultural Campesina, una experiencia de radio participativa*. Quito: ALER-Radio Cultural Campesina.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias-AMARC (1998). What is Community Radio? Consultado el 4 de mayo de 2006, http://wiki.amarc.org/index2.php?topic=What_is_community_radio&lang=ES&style=amarc&site=amarc.
- Betés Rodríguez, Kety (2004). *El Mercado de la Emisora: La Publicidad*. En: Martínez-Costa, María Pilar; Moreno Moreno, Elsa. Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia (214-231). Barcelona: Editorial Ariel.

- Canal Social Enciclopedia GER (2006), (en línea), consultado el 7 de octubre de 2006.
http://www.canalsocial.net/GER/ficha_GER.asp?id=9934&cat=medioinformacion
- Directorio español de radios libres, alternativas, comunitarias y culturales (n.d.). Consultado el 10 de abril de 2006, en:
<http://www.geocities.com/capitolHill/2838/contacto.htm>.
- Federación Argentina de Radios Comunitarias-FARCO (n.d.). *¿Qué es una Radio Comunitaria?*, (en línea), consultada el 3 de mayo de 2006,
http://wiki.amarc.org/index2.php?topic=What_is_community_radio&lang=ES&style=amarc&site=AMARC
- Figueiró Belissa (2006). “Cierran 16 radios comunitarias en Sao Paulo. Agencia Nacional de Telecomunicaciones y la Policía Federal decomisan equipos de transmisión a medios”, en *“Inter Prensa”*: Boletín de noticias del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), (en línea), consultado el 22 de setiembre de 2006. 9:00 p.m.
- García Dávila Dulce María; Meza Tovar José Gregorio (1999). “De radio en radio: el escenario radiofónico”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna (Tenerife). Número 20, (en línea), consultado el 11 de octubre de 2006,
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/59mara.htm>

Gumucio Dagrón Alfonso (2001). *Haciendo Olas. Historias de Comunicación Participativa para el cambio social*. New York: Rockefeller Foundation.

Ibarra Esteban (1989). *Televisiones y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*. Barcelona: Editorial Mitre.

Ibarra, Esteban (1990). Radios comunitarias. *Márgenes No. 3*. Madrid.

Ibarra Esteban (2006). *Radios Comunitarias: ciudadanía en antena*, (en línea), consultado el 2 de junio de 2006, <http://www.movimientocontralaintolerancia.com/html/radio/radio.asp>

Krohling, Cecilia (1998). “Participación en las radios comunitarias en Brasil”. *Signo y Pensamiento No. 33*, 43-44.

Lagos Lira, Claudia (2002). “El Estado no tiene política para promover la comunicación social”. Entrevista a Guillermo Torres Gaona, presidente Colegio de Periodistas de Chile, en Boletín de Noticias del Instituto de Prensa y Sociedad – IPYS –, (en línea), consultado el 22 de setiembre de 2006.

López Vigil, José Ignacio (2000). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados* (2da. Edición). Quito: Artes Gráficas Silva.

López Vigil, José Ignacio (2004). *Ciudadana Radio, el poder del periodismo de intermediación*. Lima: Línea y Punto SAC.

Mac Bride, Sean (1980). *UNESCO. Un sólo mundo, Voces múltiples. El Informe Mac Bride*. México: Fondo de Cultura Económica.

Marques de Melo, José (1993), *Comunicación y poder en América Latina. Las ideas de Mac Bride en el ocaso de la Guerra Fría*, en Revista Telos (3), (en línea), consultado el 30 de abril del 2006, http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_033/opi_perspectivas1.html.

Martínez-Costa María del Pilar; Moreno Moreno, Elsa (2004). *Programación Radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*, Barcelona: Editorial Ariel.

Martínez-Costa, María del Pilar (Ed.) (2002). *El proceso de escritura de la información radiofónica*. Información Radiofónica. Barcelona: Ariel Comunicación.

Marulanda, Juana (2002). Entrevista con Ernesto Lamas, en *La Iniciativa de Comunicación*, (en línea), consultado el 30 de setiembre del 2006, <http://www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas-31.html>

Matta, María Pía (2004). “*Proyecto Político de las Radios Comunitarias en América Latina*”, (en línea), consultado el 15 julio de 2006, www.lamorada.cl

Merayo Pérez, Arturo (2002). “La construcción del relato informativo radiofónico”. En: María del Pilar Martínez-Costa

(Coord.), *Información Radiofónica* (59-96). España: Ariel.

Ministerio de Ciencia y Educación (2006). *La producción radiofónica. Introducción*, (en línea), consultado el 10 de octubre de 2006, <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque7/pag1.html>

Muñoz José Javier; Gil, César (1994) *La radio. Teoría y práctica*. IORTV. Madrid. Segunda edición.

Obregón Rossi, Jhonny. (2005, 8 de agosto). “Narcos estarían detrás del ataque a Majaz”. *El Comercio*, p.19.

Palomino, Fernando (2001). Todavía no enganchamos las agendas locales con las agendas nacionales. En: Gutiérrez, Hernán; Mata, María Cristina (Coord.), *¿Siguen vigentes las radios populares? Opinan 30 Especialistas Latinoamericanos* (31-32). Quito: Efecto Gráfico.

Peñafiel Saiz, Carmen (2002). La Información en la Radio. En: María del Pilar Martínez- Costa (Coord.), *Información Radiofónica* (21-57). España: Ariel.

Perú. Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2004). *Ley de Radio y Televisión (Ley N° 28278)*. Lima: Diario Oficial El Peruano.

Perú. Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2005). *Reglamento de la Ley de Radio y Televisión. Decreto Supremo No. 005-2005-MTC*. Lima: Diario Oficial El Peruano.

Piura. Notaría del Dr. Víctor Lizana Puelles (2004). *Radio Ayabaca. Constitución de Razón Social* N° 1,399, Registro 77, Fojas 3,848, Tomo VIII, Bieno 2003-2004.

Piura. Oficina Registral Sullana (2004). *Inscripción de Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada Radio Ayabaca SCRL*. Registro de Personas Jurídicas N° Partida 11024587, Rubro: Constitución.

Puente Soledad; Pellegrini Silvia (2003). *Desarrollo y aplicación de la ficha VAP-UC para la medición del Valor Agregado Periodístico en la prensa y televisión chilenas – Chile, Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile*. En: La Iniciativa de la Comunicación, (en línea), consultado el 6 de setiembre de 2006. <http://www.comminit.com/la/evaluacion/Evaluacion2005/evaluacion29.html>

Registro Nacional de Frecuencias (2005). Consultado el 30 de noviembre de 2005, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, página web: <http://www.mtc.gob.pe>.

Rodero Antón, Emma (2002). “La presentación de la información radiofónica”. En: María del Pilar Martínez- Costa (Coord.), *Información Radiofónica* (195-232). España: Ariel.

Rosario Amable; Cabezas Antonio (1980). *La emisora regional para el desarrollo*. Quito: Editora Andina.

- Salvador Máximo (2005). Entrevista personal realizada en la ciudad de Ayabaca, el 25 de agosto de 2005. Duración de la entrevista: 60 min.
- Saperas Enric; Gifreu Joseph (2004). “El formato de la información en las televisiones europeas. Elementos comunes y peculiaridades significativas”. En: *Revista Telos*, (en línea), consultado el 7 de octubre de 2006, http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_042/opi_perspectivas4.html#4
- Tamayo, Eduardo (1996), *América Latina: Persecución de radios comunitarias*. Obtenida el 15 de abril de 2006, de http://www.trincoll.edu/~gremedi/radios2.htm#_ftnref16.
- Vargas Durán, Johnny (2000), *Las agencias de noticias: estrategias para la conformación de una cultura de paz*. Consultado el 26 de abril de 2006, en Revista Acta Académica de la Universidad Autónoma de Centro América, (en línea), <http://www.uaca.ac.cr/acta/2000may/jvargas.htm>.
- Van de Pol Peter; Amable Rosario (2004), *Capacitación radiofónica en línea: la experiencia de Radio Nederland Training Centre, RNTC*. Consultado el 27 de setiembre de 2006, en la Onda Rural – Quito, (en línea), <http://www.onda-rural.net/docs/rosario.doc>
- Villalobos Grzybowicz, Jorge (1990). “Preámbulo”. En: Arias-Godínez, Beatriz. *La XEYT Radio Cultural Campesina, una experiencia de radio participativa* (pp. 9-16). Quito: ALER/ Radio Cultural Campesina.

Villamayor, Claudia; Lamas, Ernesto (1998). Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Consultada el 3 de mayo de 2006, en la página electrónica de la AMARC: http://wiki.amarc.org/index2.php?topic=What_is_community_radio&lang=ES&style=amarc&site=amarc.

Vinelli, Natalia; Rodríguez Esperón, Carlos (2004). *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.

Vivas Sabroso, Fernando (2000). *Radio. Antenas Calientes*. Obtenida el 2 de mayo de 2006, de la página electrónica de la revista Caretas. <http://www.caretas.com.pe/2000/1607/articulos/radio.phtml>

Entrevistas personales:

- Enrique Ramírez Cortez, profesor de radio de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.
- Rogelio Cruz Nonajulca, gerente de Radio Ayabaca.
- Rodolfo Aquino, director de Radio Cutivalú.