

Presentación del Informe Final:
**Diagnóstico sobre la situación
actual de las Radios y Televisoras
Comunitarias en el Perú**

Investigadora principal:

Marisol Castañeda Menacho

Investigadores asociados:

Luis Fernando Palomino Villanueva
Freddy Molina Casusol

CONTENIDO

1

Metodología

2

Marco Normativo

3

Situación de los Medios Comunitarios

4

Situación de los Proyectos de Comunicación

5

Necesidades e Intereses

6

Problemas y situaciones irregulares

7

Recomendaciones

1. Objetivos y metodología

Objetivos y metodología

El presente Diagnóstico buscaba conocer y describir la situación actual de las radios y televisoras comunitarias en el Perú.

En el estudio se ha utilizado un **enfoque y metodología cualitativa**, buscando identificar cuál es la situación actual, los principales problemas o necesidades que tienen estos medios, así como posibles propuestas de solución.

Como parte de la metodología se ha realizado un **Análisis Documental**, lo que ha implicado la revisión de distintos tipos de documentos, estudios, así como bibliografía referente a los medios comunitarios en el Perú.

Se ha aplicado una **encuesta virtual dirigida a titulares y/o responsables de las radios y televisoras comunitarias** de las radios y televisoras comunitarias.

Se han realizado **entrevistas semiestructuradas a titulares y/o responsables de las radios y televisoras comunitarias**, así como especialistas y funcionarios del MTC.

2. Marco Normativo

Marco Normativo

Latinoamérica

Rangos y jerarquías

En algunos países se hace referencia a medios comunitarios en las **Constituciones Políticas**, en otros, solo se les reconoce a nivel de **ley o decretos (no normas de menor rango)**.

Espacio-tiempo

- Las diferencias en términos **espaciales y temporales** (de **Sudamérica son más antiguas**)
- Mantienen una **relación con el contexto político (crisis de gobernabilidad)**

Perú

Los medios comunitarios se definen por:

Ámbito y ubicación

Sus fines

El contenido o significado de **lo Comunitario no queda claro**
→ ¿Qué es lo comunitario? ¿Qué se entiende por Identidad, Costumbres e Integración Nacional?

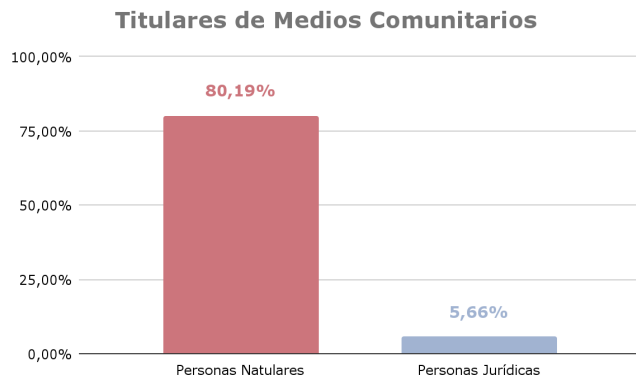
No queda claro **de qué manera la aplicación de la Ley responde a las necesidades y demandas comunicativas** de las poblaciones en atención ni los problemas reales que enfrentan los medios comunitarios a nivel nacional.

3. Situación de los Medios Comunitarios

Situación de los Medios Comunitarios

Titulares de Medios Comunitarios (65)

- **52 Personas Naturales**
- **13 Personas Jurídicas**
 - 09 Municipalidades
 - 01 GORE
 - 02 Empresas
 - **01 Comunidad nativa o campesina**



Sostenibilidad y viabilidad

La mayoría de los **titulares de Medios Comunitarios** trabajan en condiciones **precarias**.

No tienen conocimiento del campo de la comunicación ni del periodismo.

En la mayoría de estos medios comunitarios **solo** hay **01 o 02 personas**.

¿Una Persona Natural tiene mejores condiciones que una persona jurídica para garantizar la sostenibilidad de un Medio Comunitario?

Habría que **tomar en cuenta también** que **no todas las Personas Jurídicas** son las más adecuadas.

- **Municipalidades y Gores:** Varios tienen **programación limitada y por hora**, otras solo **retransmiten contenidos**.
- **Empresas:** Sus intereses comerciales **se complementan o contradicen con el sentido y finalidad del medio comunitario**.

Situación de los Medios Comunitarios

La mayoría de Medios Comunitarios se crearon en los últimos 7 años

Al encontrarse en una etapa inicial de desarrollo, no se puede evaluar de manera rígida su desempeño ni compararlos con otros medios de comunicación con mayor tiempo de funcionamiento y experiencia.

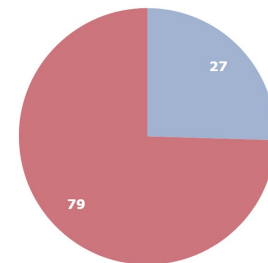
Expedientes presentados para solicitar autorización y licencia comunitaria

Año	Número de Proyectos Presentados
2010	01
2015	14
2016	19
2017	26
2018	15
2019	11
2020	05
2021	05
2022	10
Total	106

La mayoría de licencias son de **difusión sonora**, posiblemente por los costos que esto implica.

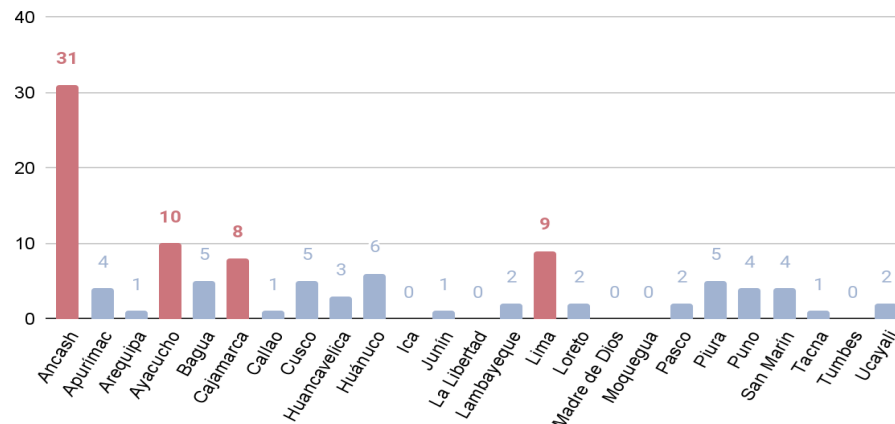
La mayoría de **medios comunitarios se concentran en Ancash (31), Ayacucho (10), Lima (09) y Cajamarca (08)**

Tipo de medio (Televisión o Radio)



● Radiodifusión por televisión ● Radiodifusión sonora

Número de medios comunitarios (por Región)



Perfil de Titulares y Objetivos

Perfil

**De un total de 35 titulares y responsables de medios comunitarios entrevistados*

Comunicadores o periodistas

05

03 trabajan en una municipalidad

Otro tipo de profesión u ocupación

30

Profesiones:
Arquitectos,
Administradores,
Contadores, Abogados,
Médicos, etc.

Ocupaciones no vinculadas: Obrero, agricultor, comerciante, empleado, chofer, etc.



Objetivos

Los objetivos de los medios comunitarios son diversos; sin embargo, se pueden encontrar similitudes:

Promover y difundir la cultura local en todas sus dimensiones: rescatar y difundir valores, promover las costumbres y tradiciones, el uso de las lenguas locales, difundir la música local, etc.

Llegar a las personas que viven en el campo o zonas rurales, teniendo en cuenta que muchas de ellas viven en zonas alejadas y desconectadas, donde no llegan otros medios de comunicación.

Llegar con **información, avisos, entretenimiento**, y promover la cultura local en todas sus dimensiones. Esta idea se conecta con la idea de servir al pueblo o a la población local.

Acercar la educación y los aprendizajes necesarios para cambiar las cosas, para mejorar su situación o enfrentar sus problemas.

Funcionamiento actual y personal del medio

Funcionamiento actual

Hay tres tipos de situaciones:

Medios comunitarios que **vienen funcionando y operando con normalidad.**

→ Su cobertura es todo o gran parte del día, pero la mayor parte de **su programación es musical**, por bloques o programas donde predomina la música

18

Medios comunitarios que **vienen funcionando parcialmente**, con recortes en su programación.

→ Han venido operando hasta que un evento les afectó (la pandemia del COVID 19, factores climáticos y económicos, etc.)

07

Medios comunitarios que **no vienen funcionando ni saliendo al aire.**

→ En varios casos hace meses, debido al impacto económico del COVID 19, menor consumo de radio o que se malogró algún equipo.

10

Personal de la emisora

Número de personas que trabajan en el medio comunitario

Número de medios comunitarios

1 persona

11 medios

2 personas

10 medios

3 personas

06 medios

4 personas

04 medios

5 personas

01 medios

No vienen saliendo al aire / no tienen información

03 medios

Esto configura una **situación bastante precaria para su sostenibilidad.** Debido al escaso personal, es muy difícil que cuenten con programas que den sentido a su labor comunitaria

Programación y programas temáticos

Bloques o programas musicales e informativos híbridos

Se observa un predominio del discurso musical

Bloques o programas predominantes en medios comunitarios

Bloques o programas musicales

27

Se insertan informaciones, opiniones y consejos sobre diversos temas en general (salud, agricultura, medio ambiente, cultura, etc.=

Programas informativos

14

La mayor parte se compone de música, intercalada con informaciones locales o nacionales (no son programas informativos o noticieros en el sentido estricto). Varios son producidos en lenguas locales

En pocos casos, los titulares señalan tener programas temáticos especializados

Tipos de programas o bloques temáticos	Cantidad
Agricultura	04
Municipal	05
Deporte	01
Religioso	02
Salud	03
Educación	02
Medio ambiente/ cuidado de la naturaleza	02
De saludos/cumpleaños	02

Programas dirigidos a familia, mujeres, niños y en lenguas locales

Programas dirigidos a familia, mujeres, niños, niñas y adolescentes

Estos temas y sus problemáticas asociadas **se abordan dentro de los programas musicales o informativos**. Son tratados como **temas generales dentro de su programación**

Tipos de temáticas sociales que se trabajan en los programas

Cantidad

Familia

10

Mujer (violencia de género)

04

Niños, niñas y adolescentes

05

Jóvenes

04



Programas culturales y en lenguas locales

Varios medios comunitarios (en su mayoría musicales) tienen **bloques, programas o secciones dedicados a promover la identidad y cultura local**.

La dimensión cultural no se reduce solo a los programas musicales.

Varios medios comunitarios **producen bloques o programas en lenguas locales**. Asimismo, se señala **el uso de lenguas locales, esto no es exclusivo**, sino que **muchos de estos bloques o programas son bilingües**, ya que gran parte de la población también habla el castellano.

Tipos de programas

Cantidad

Culturales (promueven la cultura, la identidad, las costumbres e historia local)

22

En lenguas locales (la mayoría son bilingües)

22

Producción de contenidos y participación comunitaria

Producción de contenidos: local y externa

La mayoría de titulares señala que **sus contenidos son producidos a nivel local**.

Quienes utilizan **programas externos, retransmiten programación o programas de otros medios** nacionales, canales de **streaming, redes sociales** o plataformas tipo **Youtube**

Tipos de producción de contenidos

Cantidad

Local

22

Externa (medios nacionales, internacionales o programas enlatados)

09

No tienen información/no funcionan

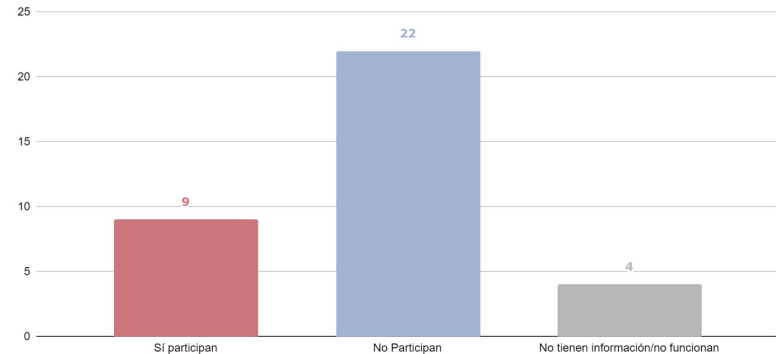
04

Participación en los medios de comunicación

La mayoría de titulares señaló que **no tienen formas de participación** de la comunidad en el medio.

Solo **en algunos casos se mencionan determinados mecanismos de participación**.

Participación del Medio Comunitario



4. Situación de los Proyectos de Comunicación

El Proyecto de Comunicación en las leyes y normas

Ley de Radio y Televisión (N° 28278)

Artículo 23.- Causales de denegatoria, Se señala que: “La renovación de las autorizaciones para la prestación del servicio de radiodifusión, se denegará por cualquiera de las causales antes señaladas, así como por el incumplimiento de la ejecución del proyecto de comunicación y la operación sin cumplir los requisitos mínimos correspondientes”

Artículo 29: Aparece como un requisito de la solicitud de autorización.

Artículo 48: se establece como requisitos de la solicitud para la radiodifusión comunitaria, en zonas rurales, lugares de preferente interés social y localidades fronterizas.

Artículo 43: Como parte del procedimiento para el otorgamiento de autorización del servicio de radiodifusión.

Cuarta Disposición Final y Transitoria: Se señala que las solicitudes de renovación de las autorizaciones vigentes a la fecha de publicación del presente Reglamento deberán acompañar el proyecto de comunicación conforme al numeral 4 del artículo 29° del presente Reglamento.

El Proyecto de Comunicación es un requisito, tanto para la solicitud de autorización de funcionamiento de una emisora de radio o televisión como para el otorgamiento de la renovación.

Compromisos establecidos por los Titulares

La mayoría de Titulares se compromete a no tener violencia ni lenguaje inadecuado.

Un número significativo de Titulares señala que **sus programas pueden contener material inadecuado para NNA** y **programas designados a públicos adultos** que pueden tener escenas de violencia sexual.

Habría que **evaluar *in situ*** si este tipo de contenidos se difunden en el **Horario de Programación Familiar** establecido en la Ley.

Es importante precisar mejor los casos que vulneran la normatividad de la Ley de Radio y Televisión.

Producción Nacional

En la mayoría de los **Proyectos de Comunicación de medios comunitarios** no se señala este compromiso. Y, de aquellos Titulares que lo señalan, **solo algunos indican que alcanzarán el 30% de su programación global**, y en menor cantidad otros Titulares que señalan el 40% y 70%.

Es importante definir y precisar el concepto de **“Producción Nacional”**.

Se debe tener en cuenta si la reproducción de los contenidos de otros medios de comunicación sin su autorización vulnera sus derechos de reproducción comerciales o derechos de autor.



Compromisos establecidos por los Titulares

Producción Educativa

La mayoría de los Titulares señala en su programación un **30% de contenidos educativos**, y en menor nivel hay otros Titulares que **oscilan entre el 20%, 40%, 70% u 80%**.

No hay un criterio común, posiblemente **debido a la falta de precisión de lo que se entiende por “Producción Educativa”**

Teleducación

Modelo de las radios y televisoras educativas (populares, alternativas)

Eduentretenimiento o Educomunicación.

Se puede empezar a **precisar mejor este concepto de la “Producción Educativa”**, definición que es muy general y no sirve para operativizar los procesos de producción de contenidos educativos en los medios de comunicación.

Producción de contenidos de la comunidad a servir

La mayoría de los Titulares no señala el porcentaje de contenidos orientados a la comunidad, y los que lo hacen oscilan entre el **60% y 70%** de sus contenidos.

Tendencias en los contenidos priorizados

Producción y difusión de música local, los pueblos o comunidades

Producción de información (denuncias, quejas e información del acontecer nacional)



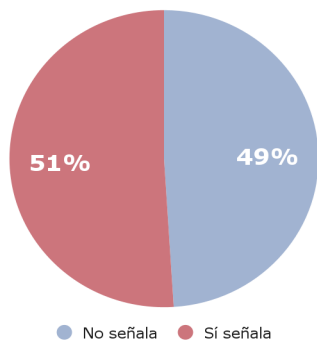
Responsable del Proyecto de Comunicación

En la mayoría de los casos, los Titulares de medios comunitarios son los mismos responsables del Proyecto de Comunicación

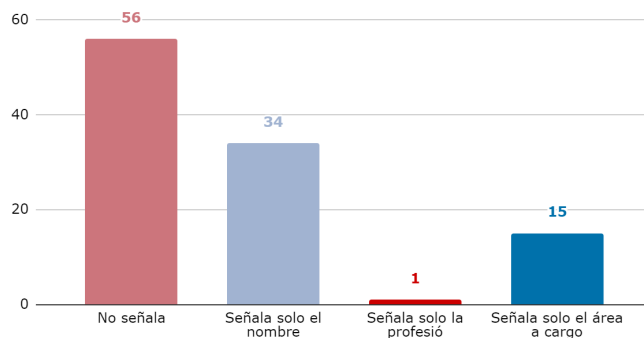
Es contradictorio, ya que se especifica que **el responsable debe ser una persona que debe ser Comunicador o Periodista de profesión** y con experiencia en este campo, y **de acuerdo a su perfil, la mayoría de los titulares no lo son.**

En la mayoría de los casos no se señala o indica la información sobre el responsable del Proyecto de Comunicación o Programación.

Datos de contacto del Responsable del proyecto o programación



Datos del Responsable del proyecto o de la programación



Un problema identificado es que **el formato tiene muchas variaciones**, principalmente entre 2015 y 2022. Ello explica por qué **muchas veces en algunos proyectos no aparece determinada información y puede dificultar el análisis, monitoreo y la evaluación del cumplimiento.**

5. Necesidades e intereses

Necesidades e Intereses

Campañas sociales

La mayoría mencionó haber realizado una o varias campañas sociales, especialmente en torno a:

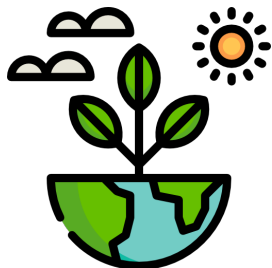
Educación

Salud

Medio Ambiente

→ Generalmente por iniciativa de actores del sector público (MINSA o MINEDU)

Solo algunos y por iniciativa propia



Gestión y financiamiento económico

Varios de los Titulares señalan que su medio comunitario es autofinanciado.

Factores limitantes del financiamiento económico

La **pobreza extrema** limita obtener ingresos por publicidad.

La **escasa potencia y cobertura de equipos**.

La **competencia con medios** de mayor cobertura, además de los **medios digitales**.

Cortes de electricidad o apagones que impiden la transmisión por horas o días.

En el caso de **emisoras de radio y televisión de gobiernos regionales y locales**, estos **asumen los costos administrativos, operativos y de personal**

10 Titulares señalaron que no necesariamente recuperan los gastos realizados para autofinanciar sus medios.

Infraestructura y equipamiento técnico

Equipos de transmisión y de Estudio o Cabina

Casi todos señalan tener un transmisor, antenas y una torre

Tipo de equipo técnico	Cantidad
Consola/ mezcladora	22
Micrófonos	22
Computadora o laptop	26
Parlantes	01
Audífonos	01
Procesador de audio	01
Pedestales (para micrófonos)	01

Un titular que señala no tener una torre, por las dificultades para conseguir su instalación, y en su lugar dice tener un mástil.

Características del local donde funciona

Tipo de Local	Cantidad
Propio	12
Alquilado	09
Cedido/Prestado	03
Municipalidad	07
No tiene información / no está funcionando	04



Acceso a Internet

La mayoría señala tener acceso, pero básicamente a través de internet móvil (celular). En la mayoría, no hay conexión física de internet debido a la falta de infraestructura. Ello supone un mayor gasto.

Acceso a Internet	Cantidad
Sí	20
No	11
No tiene información / no está funcionando	04

Demandas y necesidades

Acceso a tecnología y equipamiento

Renovar, mejorar o potenciar el equipamiento técnico.

Acceder a tecnologías para mejorar la calidad de sus productos.

Se propone acceder a un **sistema de crédito o financiamiento** para adquirir los equipos. Además, se plantea **gestionar el apoyo de instituciones** que trabajan a nivel local.

Acceso a Internet

En muchas zonas **no hay infraestructura**.

El acceso a Internet es mediante **internet móvil**.

Ello también **es limitado**, ya que **depende de operadores en la zona** y el **costo** que ello implica.

Potencia y cobertura del medio comunitario

En la mayoría de medios comunitarios, **la potencia de sus equipos es baja** generando **dos problemas fundamentales**:

Poca llegada a zonas donde operan.

Limitan sus ingresos (por publicidad, avisaje).

Costo del canon

En el **contexto de pobreza** en el que operan, el pago anual del **Canon se ha convertido en un problema**.

Durante la pandemia COVID 19, casi no tuvieron ingresos y acumularon deudas

Los ingresos de la mayoría de estos medios **no alcanzan para cubrir sus costos fijos, operativos y pago de personal**.

Demandas y necesidades

Acceso a publicidad del Estado

Contar con mayor publicidad

En las zonas, hay **pocas empresas**, los **comercios son generalmente pequeños** y las **pocas instituciones públicas cuentan con pocos recursos económicos** para invertir en una campaña.

Varios entrevistados señalan la **necesidad de que el Estado amplíe la publicidad estatal** a estos distritos y comunidades rurales



Acceso a energía eléctrica

Muchas veces **se corta el fluido eléctrico**

En algunas zonas, el acceso **no llega a los lugares aledaños** donde se instalan las **torres de transmisión**.

Para colocar la conexión o extensión eléctrica, el titular o propietario debe asumir los costos.



Desarrollo de capacidades

Muchas veces **se corta el fluido eléctrico**

Se observa **el poco manejo de conceptos básicos y técnicos**, e incluso el **desconocimiento de cómo opera su medio de comunicación**.

Varios señalaron la **necesidad de tener mayor conocimiento sobre ciertos temas** como:

Locución

Uso de formatos

Diseño de programación

Producción de programas

Aspectos técnicos de equipos

Responsabilidades de los titulares

6. Problemas y situaciones irregulares identificadas en el estudio

Problemas y situaciones irregulares

Medios Comunitarios usados como retransmisoras

El **GORE Pasco** retransmite la señal de **Radio Nacional y TV Perú**

Otras emisoras retransmiten programación de emisoras comerciales

No queda claro si lo hacen con autorización

Se pone en cuestión la **finalidad de la licencia comunitaria** que, se supone, **debe atender las demandas y necesidades culturales y comunicativas específicas** de las poblaciones en las cuales operan.

Medios Estatales con Licencia Comunitaria*

09 Municipalidades distritales y 01 GORE

Los medios públicos-estatales tienen condiciones de organización, funcionamiento, financiamiento, operación, autonomía e independencia distintos.

*Elo fue analizado en un estudio anterior del CONCORDTV denominado "Diagnóstico y propuesta para el fortalecimiento de los medios de comunicación públicos-estatales locales y regionales" en el año 2013.

Los Códigos de Ética de los medios comunitarios

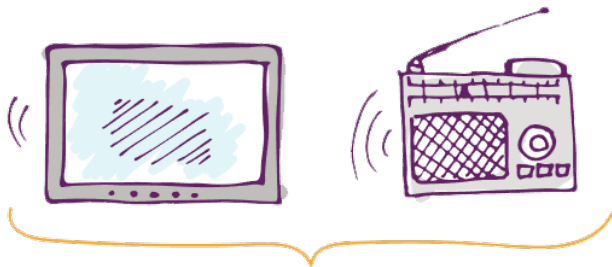
La totalidad de los medios comunitarios no han cumplido con esta disposición y se ha adscrito al Código de Ética del MTC.

Problemas y situaciones irregulares

Concentración y acaparamiento de licencias de Medios Comunitarios

Hay un total de **108 Autorizaciones / Licencias de Medios**.

Tipo de medio	Total de Autorizaciones y Licencias
Radio	81
Televisión	27
Total	108



El número de titulares de estos medios es solo de **65**

Número de Titulares	Número de autorizaciones/licencias de medios comunitarios con los que cuenta cada uno
51	01 licencia
07	02 licencias
01	03 licencias
01	04 licencias
02	05 licencias
02	06 licencias
01	15 licencias

7. Recomendaciones

Recomendaciones

8.3.1. Recomendaciones para los medios comunitarios

- ✓ Es importante que los titulares de los medios comunitarios establezcan formas de **trabajo en red**, promoviendo su organización a nivel local y regional, como un primer paso para generar espacios de discusión sobre su problemática, intercambiar experiencias y recursos, buscar conjuntamente otras fuentes de financiamiento, tener interlocución con las instituciones públicas y realizar acciones conjuntas.
- ✓ Los medios comunitarios deben también promover el **establecimiento de alianzas con distintos actores a nivel local y regional**, para la realización de acciones conjuntas de mutuo beneficio e interés común (ej. campañas, capacitaciones especializadas).
- ✓ También es importante que revisen, analicen y discutan **cambios en su modelo de gestión económica y financiera**. Entre otras cosas, buscando la diversificación de sus fuentes de financiamiento, pero, también promoviendo una especie de cambio del “modelo de negocios”, lo que implica mejorar y diversificar su oferta programática, diferenciándose de la oferta de otros medios con los cuales compiten, y buscando un nicho en el mercado que les permita especializarse y posicionarse.

Recomendaciones

8.3.2. Recomendaciones para el CONCORTV

- ✓ Es importante promover **el desarrollo de las capacidades de los medios comunitarios** en cuatro aspectos: 1) gestión económica financiera, 2) diseño de programación y producción de programas, 3) mecanismos de relación y participación de públicos y actores, 4) modelos de experiencias educativas y comunitarias.
- ✓ Puede promover la **generación de espacios de discusión con los medios comunitarios, para fortalecer sus relaciones y nivel de organización**. Asimismo, puede generar espacios que permitan el acercamiento de los medios comunitarios con otros actores e instituciones del Estado que tengan interés de trabajar con ellos. De igual manera, se pueden generar espacios de acercamiento entre los medios comunitarios e instituciones de la sociedad civil, el sector privado y la cooperación internacional para explorar juntos formas de colaboración y trabajo conjunto en determinadas zonas del país.
- ✓ Puede promover **un acercamiento con las principales organizaciones indígenas y campesinas, en la búsqueda del diálogo y de elaborar propuestas que permitan a estas organizaciones conocer las características de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva comunitaria**, los procedimientos y requisitos para obtener una licencia, y otros mecanismos que les puedan servir de incentivo para poner en funcionamiento un mayor número de emisoras comunitarias de comunidades campesinas e indígenas.

Recomendaciones

8.3.3. Recomendaciones para el Ministerio de Transportes y Comunicaciones

- ✓ Es importante **mejorar los mecanismos de monitoreo y evaluación** de los medios comunitarios a nivel nacional. El hecho de que en el diagnóstico se haya identificado que varios de ellos no funcionan y otros solo trabajan parcialmente, expresa bastante bien esta necesidad.
- ✓ Se debe producir un **material educativo amigable**, en formato físico y digital, de inducción dirigido a los titulares de los medios comunitarios acerca de los procedimientos, requisitos y documentos que debe presentar para obtener la licencia, así como los compromisos establecidos (de acuerdo al tipo de licencia comunitaria), las obligaciones que adquieren frente al Estado (pago del Canon y otros) y también los beneficios que tienen los medios comunitarios por su propia naturaleza.
- ✓ Se debe **mejorar los procedimientos para dar la aprobación de las licencias de medios comunitarios para evitar problemas de concentración o acaparamiento de licencias** por parte de algunos titulares o la adjudicación de licencias mediante testaferros.
- ✓ En los Proyectos de Comunicación **se debe establecer un solo formato estándar, el cual debe ser validado por técnicos y especialistas en comunicación.**
- ✓ Asimismo, en los formatos y documentos requeridos para la obtención de la autorización de la licencia comunitaria **se debe discutir, delimitar y precisar mejor varios conceptos generales** que se utilizan para describir determinadas características y requisitos (Producción Nacional, Producción Educativa, entre otros), **pero que no son operativos para su evaluación y monitoreo.**

Recomendaciones

8.3.4. Recomendaciones para las instituciones públicas

- ✓ Se recomienda un mayor acercamiento e involucramiento del **Ministerio de Cultura**, ya que por su naturaleza es una de las instituciones públicas que tiene mayor cercanía con el trabajo que desarrollan los medios comunitarios y con su finalidad. De allí la importancia de construir relaciones y puentes con sus funcionarios, pero, **también con otros actores de la sociedad civil y del sector privado que tengan interés en los temas vinculados con la promoción de las culturas locales (ej. universidades, ongs, empresas vinculadas al turismo).**
- ✓ En las entrevistas a los titulares de medios comunitarios se ha evidenciado su interés por **trabajar temas vinculados con la educación, la salud, el medio ambiente y temas sociales vinculados con la problemática de la familia, las mujeres, la niñez y la juventud, pero, su limitación muchas veces es que no cuentan con personal especializado en estos temas o tampoco hay profesionales en la zona que los puedan apoyar**, por lo que se podrían establecer espacios o foros de diálogo con las instituciones públicas de estos sectores para buscar juntos nuevas formas de colaboración y la realización de acciones conjuntas.



Presentación del Informe Final: **Diagnóstico sobre la situación actual de las Radios y Televisoras Comunitarias en el Perú**