

# LAS OTRAS RADIOS

## El complejo escenario de la radio en el Perú

v2015<sup>i</sup>

**Carlos Rivadeneyra Olcese**

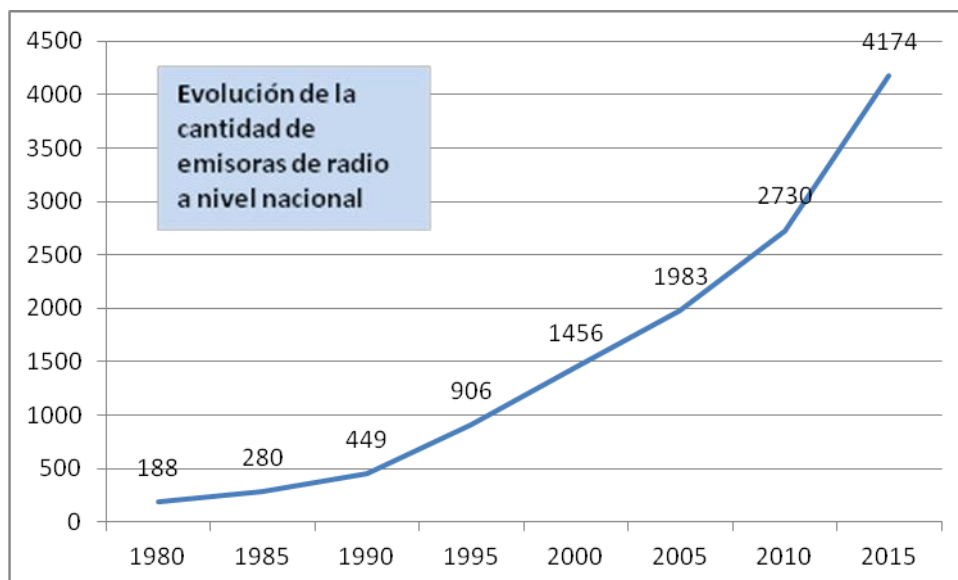
### Introducción

En el Perú, el medio de comunicación masiva más extendido es la radio. Según cifras del [Ministerio de Transportes y Comunicaciones](#) (MTC) a [octubre de 2015](#) existían 4174 autorizaciones vigentes de estaciones de radio; su evolución ha sido rápida en los últimos 35 años (véase el gráfico).

El incremento del número de estaciones de radio se debe a varios factores:

- Los cada vez más veloces cambios tecnológicos que han hecho posible el abaratamiento de los equipos para la radiodifusión y para la producción de programas radiales.
- Las políticas liberales, que han promovido el establecimiento de estaciones de radio de carácter comercial, y
- La gran diversidad de emprendimientos que van desde los sociales, como las comunidades campesinas y nativas (indígenas), los organismos no gubernamentales de desarrollo (comúnmente conocidos como ONG) laicos y de iglesia (católica y evangélica), las diversas congregaciones y denominaciones, grupos de vecinos y migrantes en diversas ciudades, las emisoras de empresas extractivas, y los emprendimientos estatales, que no se quedan en el formal Instituto de Radio y Televisión del Perú, IRTP, sino que tienen rostro local o provinciano con las emisoras promovidas por municipios de diverso ámbito.

Esta gran cantidad de actores en la radio peruana representan a la vez la enorme diversidad sociocultural de Perú, todos con una alta necesidad de expresión.



Fuente: MTC  
Elaboración propia

La inmensa mayoría de estaciones de radio en nuestro país corresponden a empresas privadas de diversas y complejas características, algunas grandes empresas y conglomerados y otras medianas, pequeñas y hasta micro empresas de carácter familiar. Una pequeña parte, menor a la décima porción, son estaciones de radio con autorizaciones de tipo educativo. A pesar que la [Ley de Radio y Televisión \(Ley 28278\)](#) vigente desde julio de 2004 reconoce hasta tres modalidades de radios: comerciales, educativas y comunitarias<sup>1</sup>. De ésta última tipología existe a la fecha solo una emisora reconocida de manera formal. Pero lo más sorprendente de la clasificación, que plantea la Ley en mención, es que no define un tipo de medio de comunicación de carácter público o en su defecto estatal.

Fruto del seguimiento a la radio peruana en los últimos 25 años, en los que gracias a numerosos viajes y visitas (a ciudades, provincias, distritos, caseríos y comunidades campesinas y nativas) hemos podido observar el fenomenal proceso de la radio en

<sup>1</sup> La Ley de Radio y Televisión define "Artículo 9.- Por su finalidad Los servicios de radiodifusión, en razón de los fines que persiguen y del contenido de su programación, se clasifican en:

a) Servicios de Radiodifusión Comercial: Son aquellos cuya programación está destinada al entretenimiento y recreación del público, así como a abordar temas informativos, noticiosos y de orientación a la comunidad, dentro del marco de los fines y principios que orientan el servicio.

b) Servicios de Radiodifusión Educativa: Son aquellos cuya programación está destinada predominantemente al fomento de la educación, la cultura y el deporte, así como la formación integral de las personas. En sus códigos de ética incluyen los principios y fines de la educación peruana.

Las entidades educativas públicas, sólo pueden prestar el servicio de radiodifusión educativa.

c) Radiodifusión Comunitaria: Es 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 integración nacional."

nuestro país, entregamos las siguientes líneas con el afán de comprender la complejidad de las radioemisoras que no pertenecen a los consorcios o grupos empresariales basados en la capital, sino más bien a las experiencias que emergen desde el interior del país o la periferia de las ciudades, en buena cuenta a esas estaciones de radio que muchas veces se les llama “*las otras radios*”, y que configuran un escenario diferente y alternativo a la industria de la radio comercial, empresas agrupadas en el [Comité de Radio](#).

### **A falta de una definición**

Una de las características de *las otras radios*, es que no cuentan con una definición clara y sintética, debido a que sus objetivos van más allá de ser empresas comerciales<sup>2</sup>, por ende no son emisoras que sólo trabajen por lograr una gran audiencia, una imagen de marca radial de fácil recordación o una enorme cobertura geográfica, tampoco se caracterizan por tener ofertas de contenidos estandarizados<sup>3</sup> y programaciones de formatos cerrados, sino estamos frente a un gran, diverso y complejo grupo de experiencias radiales con características multiformes que intentaremos presentar, acercándonos poco a poco a este rico escenario.

Los investigadores ingleses Lewis y Booth<sup>4</sup> han señalado que en el mundo los modelos de radio establecidos son tres: comercial, público y comunitario, propuesta que incluye el ausente modelo de medio público que la Ley de Radio y TV peruana no toma en cuenta, sin duda un elemento fundamental para entender el “sistema de medios”<sup>5</sup> de un país. La radiodifusión de propiedad privada y fines comerciales es la radio financiada fundamentalmente por la publicidad cuyo objetivo final es obtener beneficios económicos, como afirman los ingleses:

[...] la necesidad de maximizar audiencias y conseguir economías de escala obliga a los operadores comerciales a agruparse para la realización de programas y formación de redes.

La radio pública tiene una diversidad de experiencias en el ámbito mundial; es un modelo en el que la propiedad de los medios es estatal, y, por ello de todos los ciudadanos de un país, pero su gestión tiene diferentes experiencias. Existen países donde la gestión de los medios públicos, y en este caso la radio, está dada por el gobierno de turno que nombra incluso los directores responsables de su administración. Esto ocurre en la mayoría de experiencias. También hay países, sobre todo en Europa, donde los directorios que manejan las estaciones de radio pública tienen amplia participación ciudadana, presencia de organizaciones de la sociedad civil y cierto grado de autonomía. Demás está decir que las experiencias con mayor

---

<sup>2</sup> Con afán de lucro y búsqueda de utilidades económicas.

<sup>3</sup> La mayoría de emisoras comerciales, que han establecido grupos o consorcios de empresas radiales, ofrecen desde Lima –y vía satélite “para todo el país”- ofertas programáticas del tipo de *radio fórmulas* basadas en música o información noticiosa.

<sup>4</sup> En su obra indispensable *El medio invisible*, Paidós, Barcelona, 1992, 320pp.

<sup>5</sup> Llamamos *sistema de medios* a las reglas explícitas y tácitas que cada país pone en práctica y que definen las principales características del escenario de los medios masivos de comunicación.

participación de la ciudadanía y sus organizaciones están más cerca a lo que podríamos llamar una radio de gestión pública, un modelo que fortalece la democracia desde la comunicación, en los países donde se practica.

Si seguimos la propuesta de los investigadores Lewis y Booth nos encontramos con más de un problema para definir las radios comunitarias, debido a la diversidad de enfoques que tiene este tipo de experiencias en el mundo. Con el fin de ser cautelosos al abordar este complejo escenario, afirmamos que las emisoras comunitarias entienden

[...] a sus oyentes como sujetos y como participantes [...] no tienen objetivos lucrativos y generalmente intentan diversificar su financiación para evitar la dependencia de cualquiera de sus fuentes de ingresos<sup>6</sup>.

Lo curioso es que de los tres modelos propuestos por los ingleses los tres están presentes en “*las otras radios*” peruanas, es decir existe en nuestro país una reapropiación particular de los modelos de radio mundialmente conocidos. En un intento de presentarlos de la manera más sencilla posible, definiremos ciertas variables que nos ayudarán a lograr observar las principales características de la radio en nuestro país.

### **La diversidad de “las otras radios”**

Con el fin de no extraviarnos en la complejidad, se tomarán en cuenta las siguientes variables:

- Tipo o nombre por el cual se suele reconocer.
- Ubicación geográfica.
- Propiedad de la emisora.
- Objetivos que persigue y cómo se han definido éstos.
- Gestión de la emisora.
- Contenidos, que se desprenden de sus objetivos y su estrategia comunicativa, que se expresa en su oferta programática.
- Cobertura de la estación de radio.
- Participación de la población a la que atienden o modalidades de participación social en la emisora.
- Estatus legal (¿cuentan con autorización del MTC?).

### **Radio comercial provinciana: los empresarios de los cuatro suyos**

---

<sup>6</sup> LEWIS, P.M. y J. BOOTH. Op. cit., pp. 34-35.

Si bien los grupos y consorcios empresariales<sup>7</sup>, lo que hemos llamado la industria de la radio, son los emprendimientos más notorios de la radiodifusión sonora, no son el único modelo de empresa comercial en la radio peruana. A lo largo y ancho del país se encuentra una gran diversidad de experiencias de empresas de carácter comercial que dan vida a un multicolor escenario radiofónico. Como hemos afirmado líneas arriba, la gran mayoría de las radios en el Perú son de carácter comercial y la mayoría son, asimismo, empresas medianas, pequeñas y hasta unipersonales, expresión del empresariado provinciano. La siguiente tabla, tomada del informe sobre [Estadísticas de Radio y TV 2015](#) elaborado por [CONCORTV](#), muestra la gran dispersión en la propiedad de los medios radiales en nuestro país.

RAZÓN SOCIAL	# ESTACIONES	%
1. ASOCIACION CULTURAL BETHEL	109	2.6%
2. CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C.	100	2.4%
3. INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU - IRTP	79	1.9%
4. RADIO PANAMERICANA S.A.	58	1.4%
5. PRODUCCIONES ASTURIAS S.A.C.	50	1.2%
6. MINISTERIO LA LUZ	42	1.0%
7. GRUPO RPP S.A.C.	37	0.9%
8. RADIO "A" FRECUENCIA MODULADA S.A.C.	33	0.8%
9. RADIO "Z" ROCK & POP S.A.C.	27	0.6%
10. ASOCIACION RADIO MARIA	25	0.6%
11. MINISTERIO MUNDIAL ASOCIADOS - DR. ALBERTO SANTANA	22	0.5%
12. RADIO LA KARIBEÑA S.A.C.	20	0.5%
13. RADIO LIDER S.R.L.	19	0.5%
14. ASOCIACIÓN NCN	15	0.4%
15. EMPRESA RADIODIFUSORA TARJET S.A.C.	15	0.4%
OTROS	3523	84.4%
TOTAL DE EMISORAS A NIVEL NACIONAL	4174	

Fuente: Estadísticas de la Radio y TV 2015. CONCORTV

En muchos distritos del país se encuentran emisoras de radio que son propiedad de pequeños empresarios (muchos de ellos microempresarios), que, por diferentes razones emprendieron la gestión de una emisora de radio. Por ejemplo se encuentran “microbroadcasters” muy aficionados a un tipo de música determinada, que, como en un momento no encontraban dicho género musical en la oferta de las emisoras regionales o nacionales, decidieron establecer una emisora de radio que tuviera como fin, desde un inicio, la difusión musical. Incluso en la Lima conurbana existen emisoras sin licencia que difunden música de determinadas regiones del país para la población migrante llamada los nuevos limeños.

<sup>7</sup> Nos estamos refiriendo a las empresas de radiodifusión como Corporación Radial del Perú y el Grupo RPP, y a otras empresas comerciales más pequeñas que se agrupan con las primeras en el Comité de Radio. Véanse detalles en <http://www.comitederadio.com.pe/>

Existen también emisoras comerciales de empresas que intentan ser medianas y hasta grandes empresas -la mayoría en AM-, que en algún momento de su historia lograron renombre en importantes ciudades del país. Entre estas figuran por ejemplo, [Radio Libertad en Trujillo](#), [Radio Nevada](#) o [Radio Melodía](#) en Arequipa, [Radio Tacna](#) en la ciudad del mismo nombre; sin embargo, el gran reto que han afrontado –y que en varios casos lo siguen haciendo- es su sostenibilidad, en una competencia feroz con los consorcios y grupos de las radios limeñas.

En cuanto a su programación, esta se caracteriza por combinar espacios musicales e informativos con revistas de opinión y entretenimiento, con el acento propio de lo regional y local y con un verdadero reconocimiento de la audiencia. No obstante, sus costos de producción resultan elevados si se comparan con los presupuestos publicitarios que logran en sus respectivas regiones y ciudades, y cada día les resulta más difícil competir con emisoras pertenecientes a “la industria de la radio” que transmite desde Lima. Esta última repite su señal en decenas de ciudades del país, con lo cual logra una audiencia que les permite alcanzar presupuestos publicitarios más altos que los que logra una sola emisora en una provincia.

Algunas emisoras comerciales regionales se han visto obligadas a concesionar ciertos espacios radiales a terceros, no siempre productores radiales, a cambio de un monto mensual (incluso diario) de dinero como alquiler del espacio. En algunos casos, la crisis por no contar suficiente publicidad, ha obligado a estas emisoras a dejar de estructurar y ofrecer una programación determinada y convertirse en difusores de varios programas inconexos con diversos y hasta antagónicos objetivos, en la mayoría de los casos de bajo presupuesto de producción y, por ende, baja calidad radiofónica.

Si bien el mecanismo de concesión de espacios radiales permite la subsistencia de la emisora, también tiene colaterales como el deterioro de la calidad de su oferta radiofónica, con la consiguiente pérdida de audiencia, oyentes que migran hacia estaciones musicales locales o emisoras de la industria, incluso existen algunos casos en los que las antaño emisoras regionales se han convertido en repetidoras de la “industria de la radio” que transmite desde Lima.

Una consecuencia positiva de la concesión de espacios radiales es que permite la visibilización mediática de actores sociales, no todos comerciales, que de otra forma no accederían a los medios de comunicación. Nos referimos a grupos de migrantes que producen sus programas con la música y tradiciones de sus lugares de origen, ONG con componentes de difusión y comunicación masiva, asociaciones culturales, vecinales y hasta gobiernos locales.

A contrapelo de este deterioro de las medianas empresas de radio regional han aparecido -y lo siguen haciendo- emisoras más pequeñas y hasta localizadas en ciertas zonas de las grandes ciudades del interior del país, emisoras en FM que han retomado los objetivos de hacer una radio regional con información, opinión y participación en actividades sociales y culturales locales y regionales.

Algunos casos las emisoras comerciales regionales y locales en FM tienen ciertas dificultades y hasta problemas para lograr sus permisos y licencias formales; no pocas han vivido algún tiempo sin contar con la licencia formal respectiva, pero si con una “licencia social”, es decir con la aprobación de la población convertida en su audiencia y en su sostén social.

## La voz del Perú profundo: las radios de Comunidades Campesinas y Nativas

En el Perú existen 7599 comunidades campesinas y nativas,<sup>8</sup> pero en relación a ese número y al total de emisoras formalmente establecidas, podemos afirmar que muy pocas comunidades indígenas han emprendido la gestión de emisoras de radio. Aunque existen algunos casos de emisoras que llevan el nombre de comunidades campesinas de costa o sierra, o de comunidades nativas de la selva, muy pocas son respuesta del genuino esfuerzo de sus comuneros miembros. A pesar de ser escasos los ejemplos que podemos reseñar sobre este tipo de emisoras, su importancia es enorme pues representan propuestas de grupos de base cuya vigencia social, política y económica se discute mucho en la actualidad y que mediante la comunicación masiva dan a conocer el momento del proceso socio-cultural por el que atraviesan.

Las emisoras de las comunidades campesinas y nativas están ubicadas en poblados rurales, distritos rurales y de forma excepcional en las capitales de provincia, son de propiedad de las comunidades adecuadamente organizadas que cuentan con directivas democráticamente elegidas. Estas emisoras tienen como objetivo ser un órgano de expresión de los miembros de la comunidad para contribuir a la comunicación interna entre sus miembros y facilitar las relaciones con otros actores sociales del escenario rural, como municipios, gobierno regional, iglesia y empresas que trabajan en su territorio.

El manejo de este tipo de emisoras está dado por la misma comunidad; muchas veces la gestión de la radio es responsabilidad de la directiva de la comunidad; en otras se forma un comité especial para dicha labor, aunque en ciertos casos existen alianzas con la Iglesia, el municipio o alguna ONG que asesora el manejo de la emisora y ayuda a su sostenibilidad. Su contenido está sustancialmente basado en la difusión cultural; gran parte de su programación está dedicada a la difusión de música campesina de artistas no profesionales y de artistas populares profesionales que cultivan una gran diversidad de géneros musicales tradicionales, y, en general, costumbres propias de la comunidad. Este tipo de emisoras tiene claro su rol de ser agente de reivindicación cultural.

Las emisoras de las comunidades campesinas y nativas se ubican en su gran mayoría en FM; son de baja potencia y cobertura geográfica bastante limitada; cubren las localidades rurales del ámbito de la comunidad y algunas ni siquiera satisfacen a todo el territorio comunal. Cuentan con la participación de los miembros de la comunidad, desde niños hasta adultos mayores, pero con poca capacitación formal para hacer radio con estándares de calidad, es decir utilizan la radio como medio de expresión; muchos de los responsables de los programas o emisoras no han recibido capacitación formal alguna para hacer su trabajo radial y logran productos radiales que, ante el juicio académico o la escucha de algún poblador urbano acostumbrado a las emisoras comerciales, podrían ser catalogados como “de baja calidad”, y es que la estética de estas emisoras es muy diferente a la estándares de emisoras urbanas, el manejo de géneros y formatos radiofónicos de los productores profesionales de la radio. Esta diferencia representa también una riqueza estética aún poco estudiada.

Muchas de las emisoras de comunidades campesinas o nativas tienen vida efímera, ya que su sostenimiento requiere no sólo de entusiasmo, sino también recursos económicos, lo que resulta un tema muy complicado, teniendo en cuenta que la población rural a la que sirve se encuentra en pobreza (según cifras oficiales alcanza a

---

<sup>8</sup> Fuente INEI-IV CENAGRO.

2 de cada cinco pobladores peruanos). Un ejemplo importante es el de [Radio Quispillacta](#), ubicada en Huamanga, capital de la región Ayacucho, emisora que transmite en los 1120 AM, de propiedad de la Comunidad Campesina del mismo nombre, esta emisora cuenta con dos bloques de transmisión de 4 a 8 de la mañana y de 5 a 9 de la noche, en los que se ofrece una programación que combina contenidos informativos y música campesina, siendo toda su programación en idioma quechua. Radio Quispillacta logró el [premio de Comunicación Rural 2001](#) otorgado por el [Programa Intergubernamental de Desarrollo de las Comunicaciones \(PIDC\)](#) de la UNESCO, en reconocimiento a su trabajo en favor del uso de su lengua original, el quechua, y por su apoyo a diversas campañas de comunicación a favor del desarrollo social de la población campesina ayacuchana, región donde su población rural alcanza el 42 por ciento, de la cual el 85 por ciento es quechuahablante y 27 por ciento<sup>9</sup> aún es analfabeta.

Además, existen emisoras menos conocidas y reconocidas, más pequeñas y de ámbito de acción más restringido, como el caso también ayacuchano de Chaski Radio del distrito de Vischongo, en la provincia de Vilcashuamán. Esta emisora que nació bajo el impulso de un pequeño grupo de comuneros, rápidamente se ha convertido en la radio que acompaña a la comunidad y al distrito del mismo nombre, al tener una programación básicamente musical con escasos momentos informativos pero que revaloriza su medio ambiente, tradición y cultura. Así, por ejemplo, varios de sus programas han tomado el nombre diversas especies de la fauna de la zona, de sus restos arqueológicos o de los géneros musicales tradicionales. En esta emisora diversos actores de la comunidad y el distrito están presentes; así, niños de educación primaria y sus profesores hacen un programa semanal que logra gran audiencia en las familias. Los jóvenes de educación secundaria producen programas diarios, por las tardes, en su mayoría musicales con los artistas de éxito de la comunidad, es decir con artistas diferentes de aquellos de las emisoras urbanas. Las instituciones, desde el municipio, la gobernación, la posta médica y hasta los diversos programas sociales, están en la emisora produciendo programas radiales o participando de los existentes, pues entienden el medio como el instrumento de mejor llegada a la población distrital y comunal.

Si bien podemos narrar muchas experiencias, cada una con sus propias características, algo que unifica a este tipo de emisoras de las comunidades indígenas peruanas es la gran cantidad de dificultades que deben sortear para acceder a su formalidad. Si bien, como reseñamos líneas arriba, la Ley de Radio y TV vigente desde 2004 contempla la modalidad de radiodifusión comunitaria como mecanismo de expresión de la sociedad rural, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) no ha logrado facilitar mecanismos para formalizar este tipo de experiencias; los trámites se hacen en la capital, en español y no en idiomas tradicionales, y, por último los estudios técnicos<sup>10</sup> para establecer servicios de radiodifusión no están terminados ni actualizados por parte del MTC, limitando de esta forma la provisión de permisos y licencias formales a este tipo de emprendimientos comunicacionales. Hasta octubre

---

<sup>9</sup> Según cifras del XI Censo Nacional de Población, INEI, 2007.

<sup>10</sup> Nos referimos principalmente a la actualización del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias, documento con el cual el MTC orienta y aprueba la entrega de autorizaciones. Sin la existencia de dicho estudio el MTC ni siquiera inicia el trámite que culminará con la entrega de permisos formales a las estaciones de radio.



2015 existe solo una emisora de radio comunitaria reconocida formalmente por el MTC.

### **Del púlpito al dial: la Iglesia en la radio**

Para nadie es un secreto que la Iglesia -católica y evangélica- tiene un trabajo mediático importante y aún más interesante. La radio es el medio de comunicación en el Perú (y en varios países de Latinoamérica) en el que la iglesia está presente en muchas capitales de regiones y de provincias. Nos referimos por ejemplo a [Radio Santa Rosa](#) o [Radio María](#), que transmiten en Lima, y la segunda además en varias capitales de regiones del país; Radio La Voz de la Selva de Iquitos; [Radio Onda Azul de Puno](#); [Radio Oriente de Yurimaguas](#), entre otras. La Iglesia evangélica también cuenta con varias emisoras, como el [Ministerio La Luz](#), y la Iglesia Ebenezer y, con otras denominaciones, poseen decenas de estaciones de radio en diversas zonas del país.

Los objetivos de la iglesia para el establecimiento de estaciones de radio son diversos, pero en general establecen estos medios de comunicación para “llevar la palabra del Señor” y lo hacen de varias formas:

a) Hay emisoras que son religiosas, algunas las llaman eclesiales por su contenido portador del discurso oficial de una iglesia determinada; trabajan programas a partir de las Sagradas Escrituras; algunas rezan el rosario y transmiten la misa o un culto evangélico.

b) Existe también un grupo amplio de emisoras de iglesia que tienen como objetivo *evangelizar*, meta que aún no definen con precisión ni consenso, algunas emisoras de la Iglesia católica evangelizan “enseñando la palabra del Señor” y producen programas muy cercanos al discurso oficial, tradicional y hasta conservador de la Iglesia católica, pero hay otras emisoras que han logrado reconocimiento al convertirse en instrumento de representación de los sectores populares y excluidos de la sociedad, algunas de estas emisoras se hacen llamar “radios ciudadanas”, porque defienden los derechos ciudadanos de la población. Estas emisoras defensoras de los principios democráticos buscan representar a los sectores sociales pobres e “invisibles” para las políticas de desarrollo social de los gobiernos de turno. Destacan en este grupo las emisoras de la congregación de Santo Domingo (dominicos), que gestionan [Radio Quillabamba](#) en la provincia del mismo nombre en Cusco, [Radio Madre de Dios](#) en la región del mismo nombre, [Radio Santo Domingo](#) en Chimbote, Radio San Martín en Arequipa, entre otras.

Algunas de estas emisoras se definen como “radios populares” o “educativas”. La primera característica data de los años de su creación, en la década de 1970, cuando jugaron un papel importante para el movimiento popular campesino, sindical o barrial y sus demandas reivindicativas. Otras se definen así mismo como “educativas”, porque sus acciones y objetivos están dirigidos al sector educativo y usan la difusión radial como herramienta de trabajo. Respecto de sus objetivos se podrían mencionar por lo menos tres particularidades: apoyo a la educación formal, muy exitosa en la década de 1970, que, a pesar del tiempo transcurrido, continúa vigente en procesos de alfabetización y facilita la culminación de los estudios primarios, como ocurre con el

Instituto Radiofónico Fé y Alegría (IRFA).<sup>11</sup> Este a pesar de no contar con emisoras, utiliza la señal de estaciones de radio de la Iglesia católica.

Una segunda particularidad de las radios educativas desde la iglesia, se manifiesta en la atención a una población determinada, de acuerdo con su ubicación geográfica o su interés temático, no necesariamente eclesial. Destacan en esta modalidad [Radio San Sebastián](#) en Chepén en La Libertad y [Radio Enmanuel](#) de Huaycán, en la zona este de Lima.

La tercera peculiaridad de radios educativas corresponde a lo que líneas arriba hemos denominado “radios ciudadanas”, un modelo asumido –entre otras- por emisoras de la Iglesia que defienden principios democráticos como los derechos humanos. Al respecto, uno de los mejores ejemplos es el citado por el [Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación \(CVR\)](#), que señala que entre 1981 y 1992 Radio Onda Azul de Puno logró consolidar un equipo profesional y comprometido con los más pobres, que en aquel entonces vivían entre “dos fuegos”, según testimonio de su director, citado en el informe de la CVR:

La iglesia contaba con Radio Onda Azul. Cuando sucedía un hecho de violencia en un lugar, salía el equipo de la Vicaría y Onda Azul salía en el mismo carro o en otro, pero ambos estaban en el lugar. Generalmente siempre había un abogado, un sacerdote o religiosa y un periodista. El medio de comunicación hablaba del tema todos los días.<sup>12</sup>

Un trabajo de comunicación popular, democrático y participativo en uno de los momentos más difíciles de nuestro país en el siglo XX, fue asumido por emisoras de radio vinculadas a la Iglesia católica, que demostró su compromiso con la defensa de la vida, desde una posición en defensa de los derechos humanos.

Por último, debemos señalar que desde el punto de vista legal, en general, estas emisoras de radio cuentan con licencia de funcionamiento y, en su mayoría, están adecuadamente equipadas con una infraestructura de sonido y radiodifusión que les permite cubrir gran parte de la geografía de una región o departamento de Perú.

## **Radios y ONG**

Las ONG también tienen un trabajo radial interesante, si bien son pocas las que tienen licencias de estaciones de radio -muchas de las que existen están vinculadas a congregaciones de la Iglesia católica-, existen experiencias en las que estas organizaciones promueven las emisoras con el fin de que sean grupos sociales de base los que en mediano plazo se hagan cargo de dichas estaciones, ese es el caso del [Centro de Educación y Comunicación ILLA](#), institución que ha promovido emisoras

---

<sup>11</sup> IRFA tiene en Ecuador y Venezuela estrategias de educación desde la radio y cuentan, en ambos países, con decenas de emisoras.

<sup>12</sup> Tomado del Informe Final de la CVR, Tomo III, Capítulo 3: Las organizaciones sociales, en: <http://www.cverdad.org.pe/ifinal/index.phpque>

en Ica, Puno y Piura, y que luego de tres años de asistencia técnica y capacitación entrega las estaciones para que sean manejadas por grupos sociales de base.

En su mayoría las ONG promueven y colaboran con el establecimiento de emisoras comunitarias rurales y urbano-marginales, como es el caso del Centro de Comunicación y Promoción del Desarrollo de Villa El Salvador (Cecoprodevs), que promueve [Radio Stereo Villa](#), en el cono sur de Lima.

Dentro de las congregaciones religiosas católicas que promueven emisoras de radio está la del Sagrado Corazón, la orden jesuita, que mediante sus organismos de desarrollo promueve la comunicación y el desarrollo social en diversas regiones del país, como es el caso de [Radio Cutivalú](#) de Piura, [Radio Marañón](#) en la provincia de Jaén, región Cajamarca y [Radio Kampagkis](#) en la provincia de Condorcanqui, región Amazonas. Estas son interesantes y exitosas experiencias de radio que promueven el desarrollo social desde la discusión de propuestas de desarrollo inclusivo hasta el tratamiento detallado de temáticas específicas, como la salud, la participación y vigilancia ciudadana de la gestión pública, la equidad de género, los derechos indígenas y la defensa ambiental, entre otros.

Estas emisoras, promovidas o gestionadas por ONG, cuentan con licencia de carácter educativo y cumplen con destacable rol de promoción del desarrollo social, apostando por la libertad de expresión como derecho fundamental.

### **Radios Municipales (o del alcalde)**

No existen cifras exactas pero en muchos distritos de nuestro país funcionan emisoras de radio que sirven fundamentalmente como instrumento de difusión y propaganda de la gestión edil; al respecto, existen por lo menos tres interpretaciones posibles:

- a) La necesidad del gobierno local o provincial de informar sobre su gestión y de convocar a los vecinos a participar de las actividades que organiza el municipio. En muy pocos casos estas emisoras abren sus puertas a organizaciones sociales, tratan temas más allá de la gestión edil o abordan la participación social como posibilidad no sólo de vigilancia sino de gobierno participativo.
- b) La segunda interpretación está basada en las mismas declaraciones de algunos alcaldes,<sup>13</sup> quienes señalan que es su obligación brindar entretenimiento a la población y, por eso retransmiten emisoras de radio musicales e informativas de la capital.
- c) Por último, están las emisoras que con cínico descaro funcionan como instrumento propagandístico, muchas veces reeleccionista del alcalde de turno, quien, de no cumplir su objetivo de extender su gestión política “se llevará” la radio, para hacer oposición y crítica, desde fuera del municipio, a la nueva gestión edil. A esto, en buena cuenta, podemos llamar “radio de alcalde”. A pesar de este panorama existen algunas experiencias positivas, como la de Radio Diplomata del municipio provincial de San Ignacio (en la región Cajamarca), la misma que se hace llamar la primera radio agroecológica del nor oriente y que efectivamente realiza un trabajo educativo a favor y defensa del medio ambiente y los recursos naturales.

---

<sup>13</sup> Que prefieren guardar anonimato.

Muchas de estas emisoras -la mayoría-, no cuentan con licencia ni formal, ni social, pero el poder local o provincial las dota de una pseudo inmunidad.

En nuestro país, contrariamente de lo que existe en otros, como España, no se cuenta con una modalidad de radiodifusión municipal que tenga como objetivo discutir y plantear soluciones a la problemática local, tomando en cuenta las propuestas de diversos grupos sociales, lo que representa un lamentable vacío legal que ha sido llenado en la práctica por la compleja realidad antes descrita.

### **Las radios de la industria extractiva**

En la última década varias empresas dedicadas a las industria extractiva de recursos naturales, sobre todo minero metálicas, han establecido emisoras de radio, destacan a nuestro juicio dos casos:

a) [Radio Yanacancha](#) de la [empresa minera Antamina](#). Esta es una emisora de radio dedicada a la comunicación y entretenimiento interno del personal de la explotación ubicada en distrito de San Marcos, de la provincia de Huari, región Ancash. No es manejada directamente por la empresa sino que esta contrata el servicio de una empresa productora de contenidos radiales para la elaboración de su programación.

b) [La Beta Radio](#), de la [empresa minera Yanacocha](#), ubicada en Cajamarca es una emisora que se define como emisora cultural, informativa, musical y juvenil. Presenta una amplia cobertura informativa de la región y programas con enfoque de desarrollo social.

Ambos ejemplos presentan distintos usos de la radio por un nuevo actor en el escenario de la radiodifusión: las empresas mineras. No podemos afirmar que las emisoras hagan proselitismo en favor del extractivismo, ni que se mantengan al margen de una tema de tanta discusión y polémica en nuestro país. Sin embargo su aparición en el escenario de la radiodifusión resulta provocadora para algunos y novedosa para otros. Desde una mirada de absoluto respeto a la libertad de expresión su presencia es válida.

### **Algunas reflexiones sobre los complejos caminos de la radio peruana**

**La ausencia de lo público** genera varias de las complejidades en la radiodifusión peruana. De un lado está la modalidad de la radio educativa que ha asumido parte del rol histórico que han cumplido –y lo siguen haciendo- las radios públicas en otras partes del mundo, promoviendo la actoría social de la audiencia en tanto ciudadanos, tratando de producir programas radiales de calidad y apuesta cultural más que la búsqueda simple de gran cantidad de oyentes que representan un elevado rating, lo que facilita la venta publicitaria. Las emisoras estatales (incluso las llamadas “radios municipales”) muestra una deformada función que se resume en muchos casos en la defensa del gobierno de turno (sea local o nacional). Por tanto la necesidad de definir un modelo de radiodifusión pública se hace urgente, un tema pendiente desde la promulgación de la Ley de radio y Tv, que dato del año 2004.

**Democracia desde lo comunitario**, haber aprobado de forma legal la modalidad de radiodifusión comunitaria es un reconocimiento importante en un país intercultural, pero no otorgar licencias de esa modalidad es una deuda que se tiene a un país diverso y con notorias necesidades de expresión y diálogo, como el nuestro, cuestión que facilitan los medios de comunicación en su función intermediadora. Además, la

multiculturalidad peruana espera que se otorguen mínimas facilidades para formalizar las radios comunitarias y que estas cuenten, como en otros países, con planes de fortalecimiento que aseguren una amplia e irrestricta libertad de expresión.

**Lo diverso como riqueza, la pugna por la comunicación y la multiculturalidad peruana**, son características de un país que hace de la comunicación masiva –en este caso radial- un escenario diverso, que además puede ayudar a sostener y fortalecer la democracia desde la libertad de expresión. En las últimas líneas no hemos abordado de manera frontal el tema de la falta de legalidad de muchas experiencias de radio, o las razones por las que existen “radios piratas”; este queda como un tema pendiente. Lo que el escenario radiofónico peruano muestra es una pugna por expresión no sólo de opiniones, informaciones o voces diversas, sino también de expresiones culturales múltiples, que configuran un escenario de estética sonora muy complejo y sumamente rico. El Perú también se puede conocer escuchando radio.

**Abundancia de experiencias = múltiples oportunidades.** Para los estudiantes y jóvenes profesionales de la comunicación, que tienen en la radio un medio con menos figuración que los audiovisuales, pero de gran incidencia social, y que juega un importantísimo rol en un país como el Perú, con una educación que debe ser apoyada de todas las formas y con un proceso democrático que puede ser fortalecido desde una responsable práctica de libertad de expresión desde la radio.

**Explorar, conocer y estudiar más**, es lo que falta para conocer con mayor detalle nuestra realidad social, cultural y política que también desde la radio se explica y se escucha. Sean estas líneas útiles para animar a muchos a realizar estudios e investigaciones sobre la radio y los medios masivos de comunicación en general, que nos permitan conocerlos de manera más sistemática y amplia, con el fin de discutir políticas que contribuyan al proceso de desarrollo del país y para que conociendo más produzcamos mejores emisoras de radio.

---

<sup>i</sup> Versión de octubre 2015, del texto del artículo del mismo nombre publicado en [la Revista CONTRATEXTO #17 de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima](#), junio de 2009, pp. 217 - 233.