

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



El impacto social de la radio comunitaria

La Voz del Allincapac en Macusani

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Diego Antonio Gómez Villavicencio
Código 20100480

Asesor
Carlos Rivadeneyra Olcese

Lima – Perú

Noviembre de 2016





El impacto social de la radio comunitaria

La Voz del Allincapac en Macusani



*A mamá,
quien me acompañó durante esta aventura
siempre con una sonrisa.*

*A los integrantes de la emisora
La Voz del Allincapac,
quienes todavía creen en las utopías.*

INDICE

1. Introducción	3
2. Concepciones teóricas sobre la radio comunitaria y el mundo rural	
2.1 La vigencia de la radio	4
2.2 Radio alternativa y comunitaria: conceptos	5
2.3 Breve historia de las radios comunitarias en América Latina	6
2.4 Debate sobre la vigencia de las radios comunitarias	7
2.5 Capital social: definiciones	10
2.6 Capital social y empoderamiento	11
2.7 Desarrollo rural y comunicación	12
2.8 Perú rural: Macusani en Datos INEI	14
3. La Voz del Allincapac y la percepción de su colaboración en el desarrollo de Macusani	18
4. Conclusiones	41
Bibliografía	47
Anexos	48

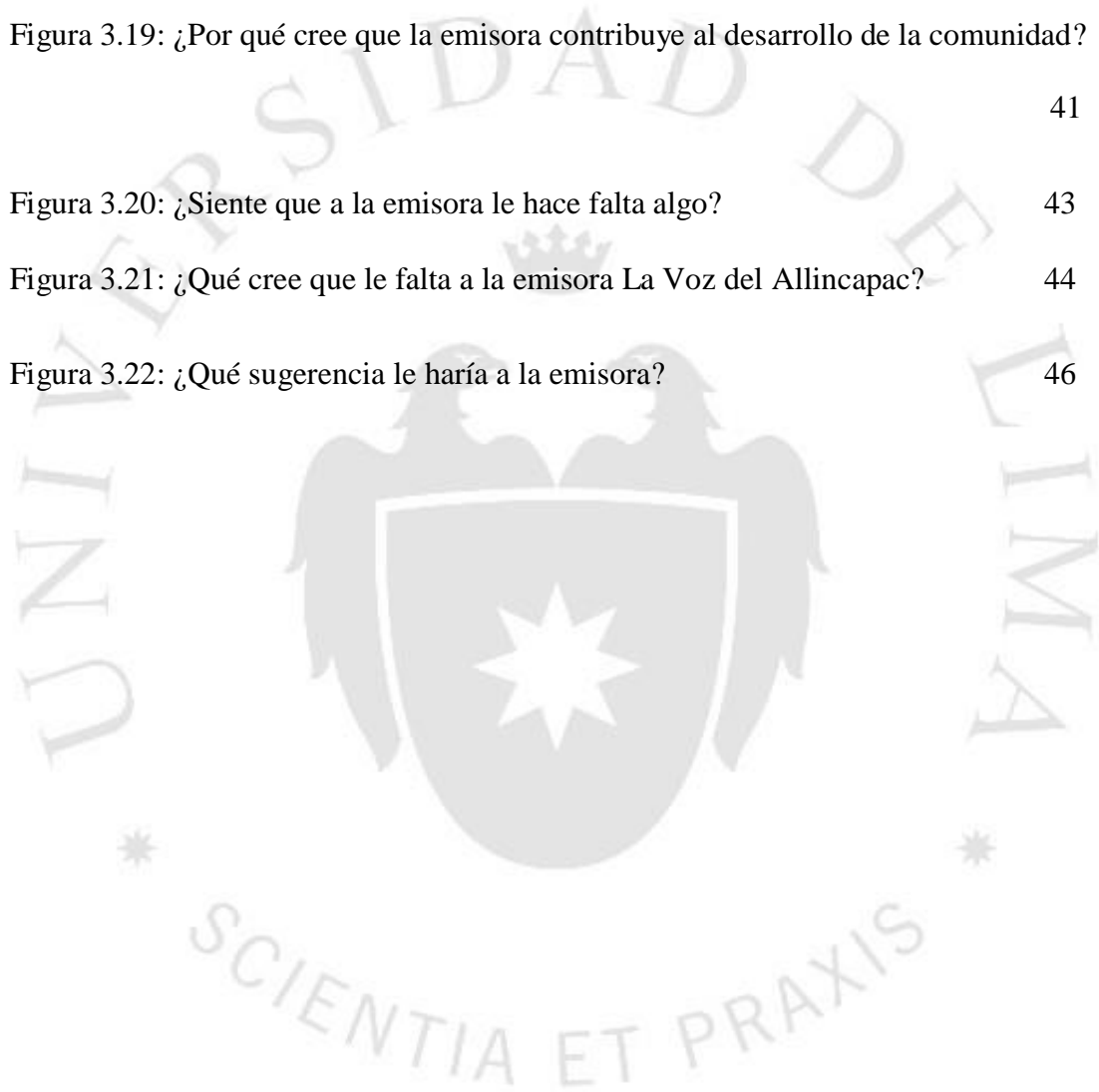
INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Diversificación de actividades productivas de la población rural	16
Tabla 2.2: Indicadores de población en Carabaya y Macusani	18
Tabla 2.3: Indicadores de pobreza en Carabaya y Macusani	21
Tabla 2.4: Idioma de la población de Carabaya y Macusani	21
Tabla 3.1: ¿Con qué frecuencia escuchas radio?	22
Tabla 3.2: ¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allinacpac?	25
Tabla 3.3: ¿Por qué suele escuchar la emisora La Voz del Allinacpac?	27
Tabla 3.4: ¿Con qué frecuencia escucha la emisora La Voz del Allinacpac?	30
Tabla 3.5: ¿Qué programas son los que más le agradan de la emisora?	31
Tabla 3.6: ¿Por qué los anteriores son los programas que más le agradan?	34
Tabla 3.7: ¿Hay algo que no le agrade de la emisora?	34
Tabla 3.8: ¿Cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad y a la educación de su familia?	38
Tabla 3.9: ¿Por qué cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad?	39
Tabla 3.10: ¿Sientes que a la emisora le hace falta algo o está bien como en la actualidad?	42
Tabla 3.11: Si respondió que le falta algo ¿qué cree que le falta?	43
Tabla 3.12: Personalmente, ¿qué sugerencia le haría a la radio?	44

INDICE DE FIGURAS

Figura 3.1: ¿Con qué frecuencia escuchas radio?	24
Figura 3.2: ¿Con qué frecuencia escuchas radio? Según rango de edad	25
Figura 3.3: ¿Con qué frecuencia escuchas radio? Según sexo	26
Figura 3.4: ¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allincapec?	27
Figura 3.5: ¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allincapec? Según rango de edad	27
Figura 3.6: ¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allincapec? Según sexo	28
Figura 3.7: ¿Por qué suele escuchar la emisora La Voz del Allincapec?	29
Figura 3.8: ¿Con qué frecuencia escucha la emisora?	31
Figura 3.9: ¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapec?	32
Figura 3.10: ¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapec? Según rangos de edad	33
Figura 3.11: ¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapec? Según sexo	34
Figura 3.12: ¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapec? Hombres	34
Figura 3.13: ¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapec? Mujeres	34

Figura 3.14: ¿Hay algo que no le agrada de la emisora?	36
Figura 3.15: ¿Hay algo que no le agrada de la emisora? Según rango de edad	37
Figura 3.16: ¿Por qué lo anterior no es de su agrado?	38
Figura 3.17: ¿Por qué lo anterior no es de su agrado? Según sexo	39
Figura 3.18: ¿Cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad?	40
Figura 3.19: ¿Por qué cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad?	41
Figura 3.20: ¿Siente que a la emisora le hace falta algo?	43
Figura 3.21: ¿Qué cree que le falta a la emisora La Voz del Allincapac?	44
Figura 3.22: ¿Qué sugerencia le haría a la emisora?	46



1. Introducción

En la actualidad, el mundo virtual y el internet ofrecen infinitas posibilidades a las personas que tengan acceso a estos servicios. Los nuevos medios de comunicación permiten una rapidez nunca antes vista en la historia de la humanidad, en donde la información fluye alrededor del mundo, y ofrecen la oportunidad de acercarte a otras personas e ideas donde sea que estén, sin mediar fronteras de tiempo y espacio.

Sin embargo, hay lugares en los cuales esta velocidad de conexión todavía no se percibe. Sitios en los cuales las cosas fluyen a un ritmo más pausado e íntimo. Nos referimos a comunidades rurales alejadas de las grandes ciudades; distritos y localidades en donde la población lucha día a día ante condiciones muchas veces adversas para poder salir adelante.

En estos lugares, dónde no llega el internet, son otros medios y formas de comunicación los encargados de cohesionar los intereses y preferencias de la población. Y es ahí donde la radio se sigue manteniendo vigente como el canal ideal para que las personas se comuniquen y dialoguen sobre sus fortalezas, capacidades y debilidades en búsqueda de un desarrollo que beneficie a su comunidad.

La presente investigación tiene como objetivo conocer qué opinan los oyentes sobre una radio comunitaria y su impacto en el desarrollo local: La Voz del Allincapac del distrito de Macusani, provincia de Carabaya, región Puno, en Perú.

La utilidad de este trabajo exploratorio radica en lo importante que es conocer un medio de comunicación vital para la interacción entre las personas, y todavía más para los distritos rurales. Asimismo, conocer el funcionamiento de una radio comunitaria austera y con dificultades como tantas otras, pero que se viene ganando la preferencia de la población desde hace más de dos décadas.

La metodología se basó en la aplicación de 315 encuestas a la población de Macusani, dividiéndolas en sexo y en cuatro grupos por edad; en el mes de marzo de 2014. Además de conocer internamente el trabajo de la emisora La Voz del Allincapac y entrevistar al personal de la radio.

2. Concepciones teóricas sobre la radio comunitaria y el mundo rural

En el presente capítulo, presentaremos las nociones teóricas que enmarcan esta investigación. En un primer momento analizaremos a la radio como medio y su importancia en la actualidad. Seguido de una especificación sobre las radios comunitarias y el impacto que estas tienen para ejercer el empoderamiento de la población, así como una breve historia con sus momentos más importantes.

Luego, explicaremos la significancia del capital social, término que se considera la variable medible de la colaboración social entre los diferentes grupos de un colectivo humano; y ahondaremos en su importancia para el mundo rural.

Más adelante, trataremos de encontrar confluencias y puntos comunes entre el desarrollo y la comunicación; y por último, daremos algunos datos puntuales sobre la población en la cual se realizó la investigación: el distrito de Macusani, provincia de Carabaya, región de Puno.

2.1 La vigencia de la radio en la actualidad

“La radio comunitaria y ciudadana incorpora nuevos lenguajes, nuevos formatos, otros sonidos, músicas y voces. Son otras formas de hablar, nuevos tratos con los oyentes, formas de preguntar y de responder, formas de demandar, de petitionar a las autoridades.”
(Villamayor y Lamas, 1998: 10)

Dentro de los medios de comunicación convencionales, la radio es el que, históricamente, más cercano ha estado siempre de la sociedad. En primer lugar, su bajo costo permite que sea bastante sencillo crear un medio que cumpla con determinadas necesidades dentro de un grupo humano; ya sea público, comercial o del tercer sector; a diferencia de, por ejemplo, la televisión, que requiere de una inversión mucho más grande e implica una logística de mayor envergadura, además de los numerosos y altos costos de su producción. Por otro lado, el alcance de la radiocomunicación a través de ondas es bastante más amplio y sencillo de producir; lo que garantiza que nuestro mensaje va a

llegar a un mayor número de personas. Estos tres factores: bajo costo, amplio alcance y sencillez en la producción, hacen que la radio sea el medio preferido por las comunidades y poblaciones para comunicarse.

2.2 Radio alternativa y comunitaria: conceptos

Estas propuestas comunicativas surgen, aproximadamente, a finales de los años 70's en respuesta a un descontento con la función social que vienen cumpliendo los medios de comunicación predominantes (comerciales y estatales). Lo que comparten entre sí estas experiencias es buscar el desarrollo de una comunidad, además de lograr expresar discursos puntuales que suelen no ser atendidos por los grandes medios. Como lo indica Rosa María Alfaro, en *Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana: diagnóstico para construir una alternativa radial*: “Participar en la radio, por lo tanto, no es sólo tener acceso, sino adquirir aquella ‘importancia’ que en otros campos de la vida no se les da.” (Alfaro 1990: 57)

A pesar de las diferencias tanto históricas, como ideológicas y religiosas, y a pesar también de los distintos nombres con que se les conoce a estas propuestas comunicacionales, algunas características en común son:

- Defender y consolidar un proyecto radiofónico que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población a quienes siempre se les ha negado su uso.
- Tener en consideración las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirve.
- Representar la diversidad cultural del entorno en donde se desempeñan.
- Promover y apoyar los cambios sociales pertinentes para lograr una sociedad más justa. (Geerts y Oeyen, 2001: 30)

Además, comparten un espíritu común en su búsqueda por relacionar individuos y comunidades; son interculturales al promover la integración; participativas al democratizar la comunicación; cuestionadoras, porque forman sujetos con voz propia; educativas, al apoyar el crecimiento del saber; y sobre todo, cuentan con sentido de proyección, porque su razón de ser es lograr algún tipo de cambio para la población de la cual forma parte.

Usualmente, el concepto de radio comunitaria tiene una connotación hacia lo pequeño o local. Esto se debe en gran parte al origen mismo de la palabra (comunitaria = comunidad), pero denota también el hecho importante del surgimiento y el gran crecimiento de radios pequeñas en todos los países del continente. Por otro lado, para contrarrestar esta idea de lo pequeño, y poder construir una propuesta teórica que se base en objetivos, deseos y contenidos, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, define que ser una radio comunitaria **no significa:**

- Baja potencia: pueden ser de gran o baja potencia.
- Determinada frecuencia: pueden estar en FM o AM.
- Ilegal: ninguna fórmula de legalidad las debe descalificar previamente.
- Artesanal o profesional: esta puede estar conformada por personal voluntario o profesionales.
- Propiedad determinada: no importa quién es el dueño. Es más importante la apropiación ciudadana del medio y que la audiencia lo sienta como suyo.
- Publicidad comercial vetada: la radio comunitaria tiene que poder generar sus ingresos. (Geerts y Oeyen, 2001: 37)

En una sociedad con altos niveles de desigualdad y medios de información tan concentrados, como a través de la historia ha demostrado ser la peruana, las radios alternativas intentan promover el desarrollo de una ciudadanía participativa que ayude a las comunidades a mejorar sus condiciones de vida en diversos aspectos, además de ser un canal de expresión que busque siempre democratizar, no solo las comunicaciones, sino la vida en general. En otras palabras: “Una radio se hace comunitaria cuando se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades. Es un estilo de vida, de relación con el público.” (Geerts y Oeyen 2001: 68)

2.3 Breve historia de las radios comunitarias en América Latina

La radio comunitaria tiene una definición que se basa en tres cosas: representa las voces de la diversidad de la sociedad, es decir es una radio fruto de la necesidad social de expresarse, es un emprendimiento comunicacional sin fines de lucro, y al ser de emprendimiento social es participativa. (Rivadeneira, 2013)

Un antecedente importante para entender el concepto actual de radio alternativa o comunitaria es el de la Radio Sutatenza en el departamento de Boyacá, Colombia. Esta emisora nace en los años 50 y establece los precedentes básicos de crear contenidos auditivos con el objetivo de instruir y estar en una relación bastante íntima con el público rural del país.

Desde ese entonces, y con más fuerza entre los 80's y 90's, nuevas experiencias han ido apareciendo a lo largo y ancho de toda la región latinoamericana. En muchas oportunidades, estas emisoras han ido apareciendo por la reducción del Estado que supuso la implantación de la política estadounidense del Consenso de Washington para la región, así como por la concentración de medios por parte de grupos de poder y el aumento de la pobreza generalizada en los años 90's. "Es pues la radio, el camino a través del cual ellos van construyendo sus propios discursos, su propia palabra hecha también de música, de conflictos y de cotidianidad." (Tellez 1990: 93)

Adicionalmente, es pertinente rescatar que en el desarrollo de las radios comunitarias aparecen también dos instituciones importantes. ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) es la organización que desde 1972 aglutina e impulsa las radios educativas y populares de esta parte del continente. Años después, aparece AMARC, fundada en Canadá en el año 1983, siendo el año 1992 que se apertura una oficina regional en América Latina e impulsa los conceptos de radio comunitaria y ciudadana. Estas dos instituciones se encargan muchas veces de ser un puente relacionador entre las radios, prestan ayuda, y promueven la libertad de expresión para las radios comprometidas con el cambio social.

En una región donde ha reinado y reina el silencio de la televisión, y de otros medios, acerca de los temas y acontecimientos realmente importantes tanto para las mayorías como para muchas minorías, la radio alternativa se ha mantenido como uno de los pocos foros de la más auténtica expresión de amplios sectores sociales. (Peppino 1999: 14)

2.4 Debate sobre la vigencia de las radios comunitarias

Debido a que las experiencias de este tipo son tan numerosas, (y, en muchos casos, desconocidas) formular una historia cronológica de las radios comunitarias dejaría de lado muchos aspectos que se podrían considerar importantes. Solo cabe resaltar que, para un grupo de intelectuales y comunicadores, el concepto de radio comunitaria o popular ya no tiene vigencia en la actualidad, al estar muy apegado a los conceptos sostenidos por la izquierda latinoamericana de los años 70's y 80's. Este grupo argumenta que, en la actualidad, diversos aspectos de la realidad social de América Latina han mutado, por lo cual las experiencias de medios comunitarios ya no tienen cabida en esta época.

La pregunta que coloca la idea de la vigencia es: tomando en cuenta que la realidad en todos los países ha cambiado tanto, ¿la radio ha revisado, ha actualizado sus análisis de esa realidad? Y, en base a esta revisión, ¿ha logrado adecuar también sus prácticas, sus estrategias? Este planteamiento surge desde la convicción que una radio, para ser útil dentro de un proceso de cambio social, debe actualizarse permanentemente en sus análisis de la realidad en que vive la población, a fin de responder mejor a sus necesidades. (Geerts y Oeyen, 2001: 42)

En sentido contrario, otro grupo sostiene que las necesidades (materiales e inmateriales) siguen presentes en las poblaciones de bajos recursos, y que reconocerse con voz y ser escuchados significa posicionarse globalmente frente a un sistema económico y político en el cual estos sectores son excluidos o marginados. “No es la hegemonía la única que se manifiesta a través de los mass media, allí también se evidencia los movimientos culturales contrahegemónicos, las demandas y necesidades sociales de la población, sus luchas, sus deseos, sus conflictuadas identidades...” (Tellez 1990: 59)

En todo caso, cierto cambio existe en los discursos formulados por los directores y encargados de las radios populares. A principios de los años 80's, algunos de los objetivos de las radios eran los siguientes:

- Ser un canal de comunicación de los sectores postergados que no tienen acceso a los grandes medios, un medio alternativo donde todos puedan hablar, ‘la voz de los sin voz’.

- Ser un lugar de encuentro entre grupos y organizaciones, para poner a las comunidades en contacto e intercambiar criterios y experiencias.
- Educar, evangelizar, apoyar la promoción de los sectores meta (grupos étnicos, campesinos, mujeres, etc.)
- Impulsar el desarrollo regional. (Geerts y Oeyen, 2001: 66)

Si bien muchos de estos conceptos siguen vigentes, otros nuevos van apareciendo, influidos por los cambios sociales, culturales y tecnológicos de la posmodernidad:

- Antes se hablaba más de las organizaciones populares, hoy se considera más la ‘sociedad civil’.
- Antes se hablaba del ‘cambio’, con una acepción bastante política, hoy se habla más del ‘desarrollo’.
- Antes las radios se dirigían a los ‘pobres, explotados, al pueblo’ (una vez más, el discurso ideológico bastante marcado), hoy se dirigen a ‘los/las ciudadanos/as’.
- Antes se mencionaba más la misión educativa, hoy se centra más en lo comunicacional. (Geerts y Oeyen, 2001: 66)

El debate es aún bastante largo y continúa en la actualidad. Si bien la configuración de las relaciones sociales, económicas y políticas en esta parte del continente ha cambiado; las carencias, en muchos casos, siguen siendo las mismas. Es por eso que, en tiempos de globalización, la presencia de las radios comunitarias puede llegar a ser más necesaria que antes. Además, las herramientas modernas, como el internet, deben verse como un aliado para la democratización de la comunicación en todos sus aspectos, y no como una competencia para las radios populares.

En resumen, la vigencia de las emisoras comunitarias no se define por la longevidad del medio radial o por las coyunturas políticas y sociales del siglo pasado, sino por la participación activa de los ciudadanos en pro de la defensa de sus intereses y la resolución de los problemas que afrontan diariamente las poblaciones excluidas, así como la democratización de los mensajes y la inclusión de actores históricamente rezagados (mujeres, niños, analfabetos, etc.).

2.5 Capital social: definiciones

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se entiende por capital social a “las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación” (Durston, 2002).

El término fue incorporado al léxico de las ciencias sociales por James Coleman en los años ochenta y alude directamente a la capacidad de las personas a trabajar en grupo. El autor considera mejor definir el concepto en el sentido más amplio y utilizarlo en toda situación bajo la cual la gente coopera para lograr determinados objetivos comunes, sobre la base de un grupo de normas y valores informales compartidos.

Entonces, se trata de un capital porque les otorga beneficios a las personas que desarrollan esas relaciones y tiene la capacidad de acumularse. Para este caso, veremos que la confianza, la reciprocidad y la cooperación constituyen el contenido de las relaciones y de las instituciones sociales inmersas en el capital social, entre las cuales se encuentran los medios de comunicación.

- **Confianza**

Actitud basada en el comportamiento esperado del otro que es partícipe en la relación que se establece entre ambas. Esta confianza tiene dos soportes básicos: en la reciprocidad existente en una cultura, y en el afecto o cariño que podemos sentir por otra persona.

La aparición de la confianza no viene de una programación rígida, sino de la repetición de interacciones con nuestros similares, entonces, la experiencia acumulada responderá a un acto generoso con un acto igual, alimentando un vínculo en que se combina la afectividad con la aceptación del riesgo. En pocas palabras, confiar significa estar dispuesto a entregar el control de bienes propios a otro.

- **Reciprocidad**

Marcel Mauss, antropólogo y sociólogo, en su *Ensayo sobre el don* (1990) consideraba a la reciprocidad como el principio fundamental que rige las relaciones institucionales formales e informales en una comunidad. En esta

reciprocidad, que ciertamente es difusa, la compensación por algún préstamo, favor o regalo no llega inmediatamente, y mucho menos llega a ser equivalente; lo que la distingue de las transacciones mercantiles.

En las comunidades pequeñas, las relaciones se dan entre las mismas personas y familias en todas las esferas e instituciones de los humanos: política, religiosa, cultural, etc. Por eso, la reciprocidad, que podría ser entendida como un fenómeno social menor, es la base misma de las relaciones e instituciones del capital social.

- **La cooperación**

Se refiere a una actitud complementaria que apunta al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento en común. La cooperación, junto a la confianza y la reciprocidad, resulta de la interacción frecuente entre diversas estrategias individuales.

2.6 Capital social y empoderamiento

La importancia del capital social para las poblaciones rurales altoandinas, y en las cuales hay una debilitada presencia del Estado, reside en la cuestión por la cual las prácticas sociales suelen complementar el empoderamiento.

Este empoderamiento surge como un proceso intencional, cuyo propósito es igualar las oportunidades de los distintos actores sociales. Es definido por Staples (1990) como el “proceso por el cual un determinado grupo conquista, desarrolla y ejerce la autoridad”. La clave está en que el propio grupo logra su empoderamiento, no lo recibe de una institución o entidad superior que la concede de poder. Se entiende como lo contrario al paternalismo, que tanto imperó en sociedades desiguales en el Perú. El empoderamiento se levanta sobre las capacidades existentes de una persona o grupo social para potenciarlas, para darle más fuerza a las cualidades de un grupo que no habían sido explotadas; en este caso, las comunidades campesinas, así como sus asociaciones como actores sociales, requieren del empoderamiento en la estructura política de la localidad para renegociar las relaciones clientelistas de poder.

Las comunidades campesinas pobres tienen las características para apoyar la formación del capital social. Básicamente, porque los soportes normativos, así como las capacidades están presentes en ellas. Esto desbarata la creencia de que los miembros de las comunidades no pueden trabajar en forma organizada. Es así que se presenta la oportunidad y necesidad de aplicar estrategias para fomentar la formación de capital social campesino y comunitario; para de esta forma avanzar en la superación de la pobreza y la exclusión.

2.7 Desarrollo Rural y Comunicación

La realidad del Perú y de América Latina nos muestra que existe todavía una gran presencia de una economía campesina con una muestra cultural indígena que necesita otro tipo de desarrollo y comunicación, diferente al que se plantea en sociedades urbanas.

Tabla 2.1

Diversificación de actividades productivas de la población rural

Actividad principal	Millones de familias
Agricultura subsistencia	0.4
Agricultura intermedia	0.6
Agricultura comercial	1.1
Minería	0.3
Otros	0.4

Fuente: Diversificación rural. Richard Webb. Instituto del Perú, Universidad de San Martín de Porres. 2012

Lamentablemente, el desarrollismo en la región ha sido incapaz de encarar con efectividad estos problemas, que no solo siguen condenando a la marginalidad a estos grupos, sino que se continúan perpetuando las estructuras de la exclusión. Es así que se necesita encarar el desarrollo rural desde la marginalidad, lo cual significa un crecimiento o modernización más complicado y basado en nuevas estructuras y modelos.

La comunicación para una educación en el campo de la población requiere salir del espacio del medio, requiere trabajar más con la gente, estar más en relación a sus procesos culturales y sociales y desde allí asumir en forma democrática el cambio. (Alfaro 1990: 57)

Entonces, para hacer confluír esta conceptualización de desarrollo que tiene que respetar el saber propio que tienen las comunidades, cultura acumulada a lo largo del tiempo; hay que utilizar a los medios masivos de comunicación: radio, televisión y medios escritos deben ser un soporte para los grupos marginados en el objetivo de participar activamente en la toma de decisiones a través de diferentes espacios públicos.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) indica que los medios masivos se configuran como espacios públicos eficientes y prácticos, pues ellos responden a necesidades puntuales de diálogo e información dentro de la sociedad; siempre y cuando la voz de los excluidos sea escuchada y tenga representación política, pues de esta forma sus necesidades podrán ser atendidas:

Sabemos que los medios conforman una capacidad instalada para la deliberación. Si sus acciones se orientan al acercamiento entre diferentes pueden contribuir notablemente a la integración social, especialmente en los medios de comunicación del Estado no orientados al lucro. Si estos empezaran a ser públicos, es decir a ser dirigidos por sectores representativos de la sociedad, fortalecerían la participación de la gente en el desarrollo humano. (PNUD 2000: 27)

Los medios de comunicación pueden ayudar mediante la divulgación de diversos temas de todo contenido (salud, educación, vivienda, asesoramiento técnico, etc.) Asimismo, la convergencia entre la tecnología científica y la propia del medio campesino puede resultar en nuevos programas que ayuden a mejorar la calidad de vida de las comunidades.

Es por todo esto que una de las funciones primordiales de la comunicación en el campo rural no es únicamente la de transferencia o divulgación de información, es mucho más profunda, se trata de desarrollar canales de participación y debate activos para la población, que ponga sobre la mesa los temas que necesitan ser discutidos en búsqueda de consensos que lleven a las comunidades a dar pasos positivos y acertados para cosechar un desarrollo basado en las necesidades y capacidades humanas, y en un futuro inclusivo para las generaciones venideras.

2.8 Perú rural: Macusani en datos INEI

Tabla 2.2

Indicadores de población en Carabaya y Macusani

VARIABLE / INDICADOR	Provincia CARABAYA		Distrito MACUSANI	
	Cifras Absolutas	%	Cifras Absolutas	%
POBLACION		-		-
Población censada	73,946	100.0	11,707	100.0
Hombres	38,408	51.9	5,845	49.9
Mujeres	35,538	48.1	5,862	50.1
Población por grandes grupos de edad	73,946	100.0	11,707	100.0
00-14	28,076	38.0	4,853	41.5
15-64	42,279	57.2	6,298	53.8
65 y más	3,591	4.9	556	4.7
Población por área de residencia	73,946	100.0	11,707	100.0
Urbana	30,329	41.0	8,645	73.8
Rural	43,617	59.0	3,062	26.2
Población adulta mayor (60 y más años)	5,102	6.9	762	6.5
Edad promedio	24.9	-	24.3	-

Fuente: Censo Nacional 2007 XI de Población y VI de Vivienda (INEI).

Según el último censo de Población del INEI en el 2007, el Perú cuenta con una población de tipo rural en un número que bordea los siete millones de habitantes, repartidos en sus 24 departamentos. De esa cantidad, unos 650 mil habitan en el departamento de Puno, siendo este el segundo en número de personas rurales, debajo de Cajamarca.

Lo expuesto anteriormente hace evidente que, a pesar de las grandes migraciones que empezaron a acontecer en el Perú desde la década del 50 del siglo XX, somos todavía un país dónde gran parte de la población vive y desempeña sus actividades en el campo.

Comprender esa realidad es dar un paso hacia adelante en la búsqueda de un desarrollo inclusivo para las personas más desfavorecidas en todos los rincones del Perú. Pero, para entender esa realidad, es necesario primero conocerla. Las sociedades rurales conservan tradiciones y formas de vida heredadas de culturas antiguas que han sabido mantener durante siglos: relaciones familiares y vecinales, agricultura de autoconsumo, justicia popular, etc. Sumado a esto, es imposible negar que la modernidad ha llegado también, en cierta medida, hasta estos lugares y ha dejado huella: desde la presencia de entidades estatales en comunidades alejadas (ejemplo, el Banco de la Nación); pasando

por los medios masivos de comunicación (televisión, prensa); hasta el internet que se va asomando poco a poco hoy en día.

Todo esto crea un panorama bastante particular del universo rural en el cual se ven entremezclados el pasado y el futuro, en mucha mayor medida que en las partes urbanizadas del Perú. Nos topamos con una realidad en la que una población busca mantener sus tradiciones, sin renegar o rechazar los aportes y herramientas que pueda brindarles la modernidad para salir adelante.

Analizar las sociedades rurales muy a fondo puede ser una tarea bastante extensa, trataremos de fijarnos en características esenciales que la diferencian de las urbanas; y sobre todo, cómo es que en estos sitios un medio de comunicación como la radio, cumple un rol fundamental de cohesión y comunicación dentro de la población.

- Cooperación familiar y barrial

La cultura de apoyo entre familiares es altamente reconocida por la población rural. Esta cooperación no se limita a las familias nucleares, sino que se extiende sobre todo en las relaciones de parentesco (tíos, primos, etc.), así como las de compadrazgo. Las actitudes solidarias; tales como préstamos de dinero, acompañamiento en la crianza de los hijos, y colaboración en las labores caseras, son bastante comunes, a menudo asociadas a una valorada reciprocidad, que se ve reflejada en la confianza de que vas a ser ayudado por las personas a las cuales les serviste en alguna ocasión.

- Roles de género

Desde la niñez, los roles de género son aún bastante rígidos y diferenciados entre los hombres y mujeres.

Desde pequeñas, en muchas ocasiones, las mujeres se encargan del trabajo de la casa, acompañadas siempre de sus madres que les enseñan a ir de compras, limpiar o lavar la ropa. Asimismo, son las mujeres las encargadas en su mayoría de administrar el dinero y los gastos familiares, pues muchas de ellas creen que sus maridos se lo pueden gastar en bebidas alcohólicas. Por otro lado, los varones suelen ser más valorados, ya sea para el estudio, como para el trabajo en el campo o sostener económicamente a la familia.

○ El pequeño agricultor

La pequeña agricultura resulta ser de muy baja rentabilidad para las poblaciones rurales, esto debido a diversos factores inherentes a la misma:

- La poca predictibilidad; tanto de las condiciones de trabajo, como de la cantidad de producción, la fertilidad, el clima y los precios.
- Complicaciones para comercializar lo cosechado.
- Falta de asesoría técnica y capacitación que sirva para las condiciones particulares de las distintas localidades.
- Escasez de tierras cultivables.

○ Producción pecuaria

Si bien los problemas de la agricultura persisten en muchas ocasiones para los criadores de animales, sus negocios suelen ser más rentables. En el caso de Puno rural, la comercialización de ganado vacuno, ovino y caprino es bastante común. El problema está en el hecho de que muy poco de la materia prima o la carne para la alimentación, se queda en las localidades de donde proviene.

Otra de las dificultades es añadirle valor agregado a las materias primas. Hay muy poca labor de artesanía y confección local, por ejemplo, en relación a la lana de alpaca; que puede llegar a ser abundante y de excelente calidad en muchos lugares (Macusani es considerada capital alpaquera del Perú y el mundo).

Tabla 2.3
Indicadores de pobreza en Carabaya y Macusani

VARIABLE / INDICADOR	Provincia CARABAYA		Distrito MACUSANI	
	Número	%	Número	%
POBLACION		-		-
Población Censada	73,946	-	11,707	-
Población en viviendas particulares con ocupantes presentes	72,425	-	11,441	-
POBREZA MONETARIA		-		-
Incidencia de pobreza total	64,868	84.9	9,286	76.6
Incidencia de pobreza extrema	44,515	51.5	5,690	41.4
Indicadores de intensidad de la pobreza		-		-
Brecha de pobreza total		- 36.4		- 32.0
Severidad de pobreza total		- 18.6		- 16.1
Indicador de desigualdad		-		-
Coefficiente de Gini		- 0.27		- 0.29
Gasto per cápita		-		-
Gasto per cápita en nuevos soles	142.7	-	188.4	-
Gasto per cápita a precios de Lima Metropolitana	199.8	-	226.6	-

Fuente: Censo Nacional 2007 XI de Población y VI de Vivienda. INEI

Como se observa en el cuadro anterior, casi un 80% de la población de Macusani se encuentra dentro de la pobreza monetaria; lo cual es un número bastante elevado en comparación con el índice nacional actual.

Asimismo, cabe resaltar que la lengua más importante en el lugar es el Quechua, hablado por el 86% de la población de la provincia de Carabaya; y el 73% del distrito de Macusani; sin embargo, las personas manejan el español en sus interacciones diarias.

Tabla 2.4
Idioma de la población de Carabaya y Macusani

ETNIA (Idioma o lengua aprendida en la niñez de la población de 5 y más años) 5/		-		-
Idioma castellano	9,308	14.4	2,764	27.3
Idioma o lengua nativa 4/	55,411	85.6	7,362	72.6

Fuente: Censo Nacional 2007 XI de Población y VI de Vivienda. INEI



3. La Voz del Allincapac y la percepción de su colaboración en el desarrollo de Macusani

Luego de haber revisado algunos términos y conceptos que colaboren en la comprensión del fenómeno de las radios comunitarias en poblaciones rurales, analizaremos las opiniones de la población de Macusani en torno a la emisora La Voz del Allincapac y su incidencia en el desarrollo social de la comunidad, tanto en el ámbito estrictamente comunicativo, como en otros entre los cuales podría tener alguna clase de impacto: educación, política, salud, etc.

Se realizó una encuesta a 315 personas del distrito, empezando con preguntas generales relacionadas a su consumo de medios de comunicación, hasta llegar a lo más específico, la relación entre la emisora mencionada y el desarrollo de la comunidad.

Asimismo, además de las respuestas generales, se han cruzado las respuestas con variables de sexo y edad, buscando posibles tendencias diferenciadas entre dichas categorías. Para la pregunta *¿Con qué frecuencia escuchas radio?*, se obtuvieron las siguientes respuestas:

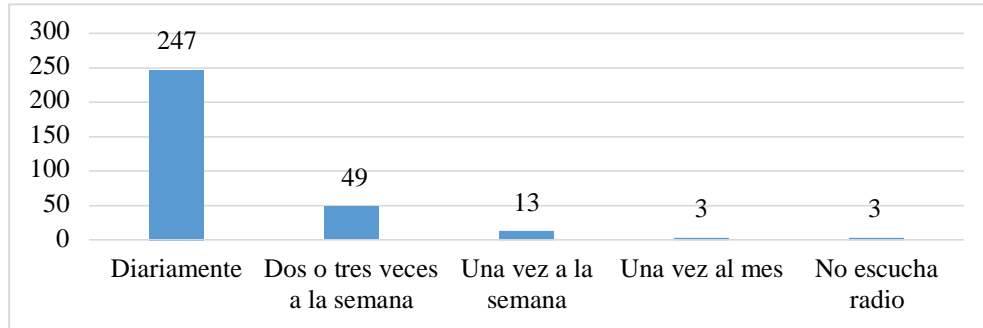
Tabla 3.1
¿Con qué frecuencia escuchas radio?

Frecuencia	Respuestas	Porcentaje
Diariamente	247	78.4
Dos o tres veces a la semana	49	15.6
Una vez a la semana	13	4.1
Una vez al mes	3	1.0
No escucha radio	3	1.0
Total	315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.1

¿Con qué frecuencia escuchas radio?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

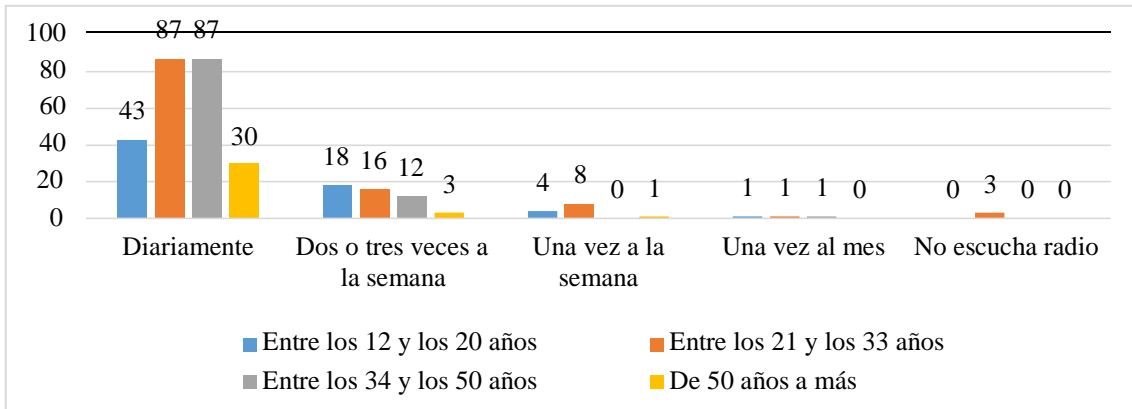
Con una diferencia abismal, la opción “diariamente” fue la que más respuestas obtuvo por los habitantes de Macusani en relación a la frecuencia con la cual escuchan radio. Como se observa, la radio es un medio muy presente en su vida diaria.

Las personas están escuchando radio durante gran parte del día: por los comentarios durante las encuestas, lo hacen las personas en el campo mientras se dedican a labores agrarias, también las personas que tienen el comercio como principal fuente de ingresos, los que se emplean en entidades del estado como la municipalidad, la sede del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social o el hospital local, así como la gente que trabaja en las pocas oficinas del centro del distrito, básicamente cajas municipales.

La radio le da ese sentido de la inmediatez que requiere la comunidad para conocer los distintos hechos que están aconteciendo, tanto en el distrito, como en las zonas más alejadas hasta donde llegue la señal (Macusani es la capital provincial de Carabaya).

Figura 3.2

¿Con qué frecuencia escuchas radio? Según rango de edad



Fuente: Elaboración Propia (2014).

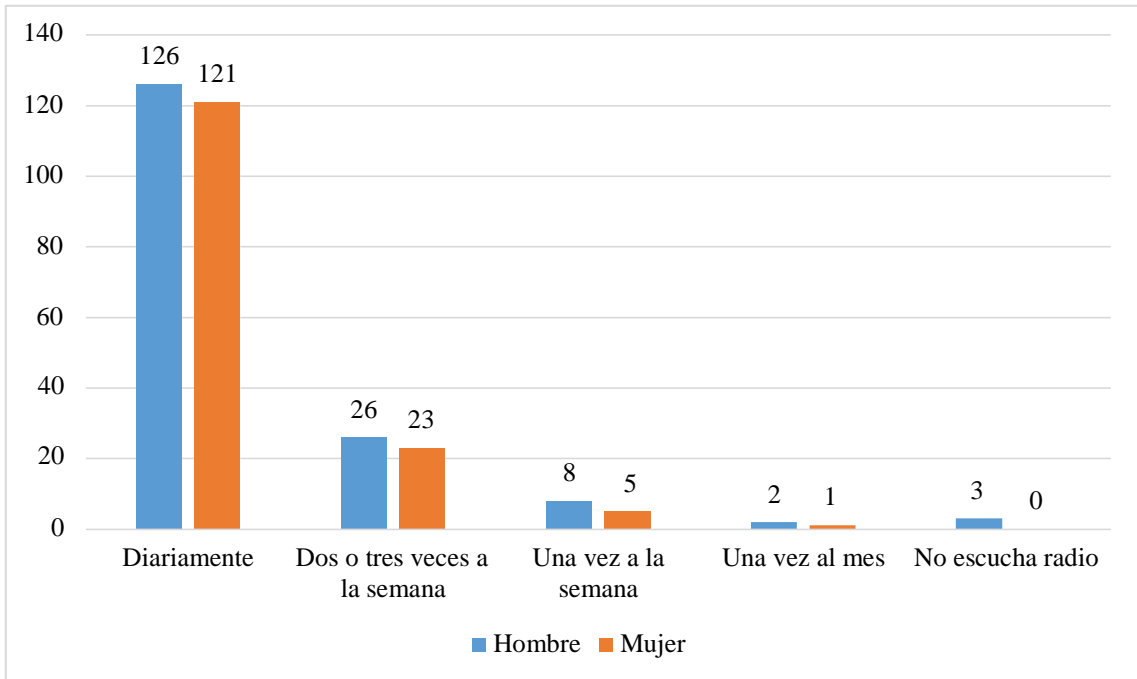
De esto son conscientes todas las personas que trabajan dentro de la emisora *La Voz del Allincapac*, desde el cuidador hasta el coordinador. Ellos saben que desempeñan un rol vital dentro de la comunidad y que, en cierta medida, representan la voz de la opinión pública. Como no llegan del todo los medios masivos que predominan en la capital y las grandes ciudades, o si lo hacen, no tienen en cuenta en ningún momento la realidad de Macusani; son los pocos medios locales quienes cumplen el rol de “cuarto poder” en el pueblo.

A pesar de que hay una reducción lógica en las edades de los extremos, porque los niños y jóvenes van al colegio o suelen salir más con sus amigos, además que las personas mayores descansan en el hogar, la tendencia es la misma, con la radio como medio al cual las personas sintonizan a diario. Esto se refuerza en los rangos desde los 21 a los 33, y de los 34 a los 50; edades en las que, por lo general, la gente emplea su tiempo en el trabajo.

Entonces, podemos inferir que, en su mayoría, la radio en Macusani cumple la tarea de acompañar a los adultos mientras realizan sus labores diarias.

Figura 3.3

¿Con qué frecuencia escuchas radio? Según sexo



Fuente: Elaboración Propia (2014).

En relación al sexo de los encuestados, la tendencia es la misma. Tanto hombres como mujeres escuchan radio diariamente y no hay diferencias significativas que mencionar.

Tabla 3.2

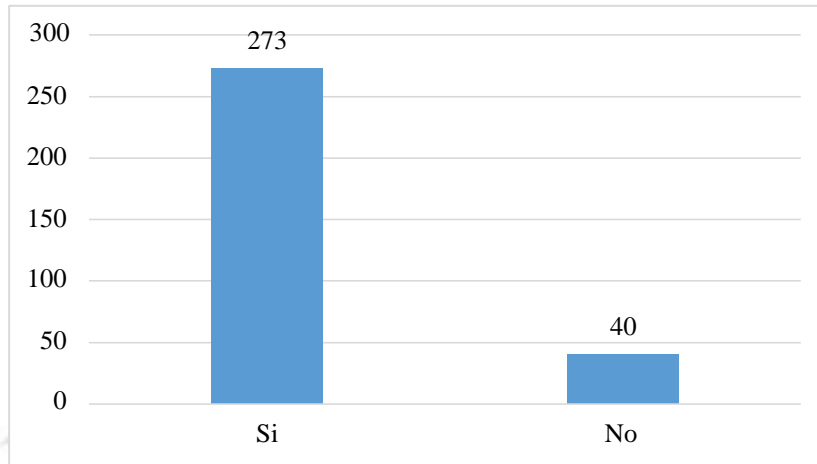
¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allinpacac?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	273	86.7
No	40	12.7
Total	313	99.4
No respondió	2	.6
Total	315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.4

¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allincapac?



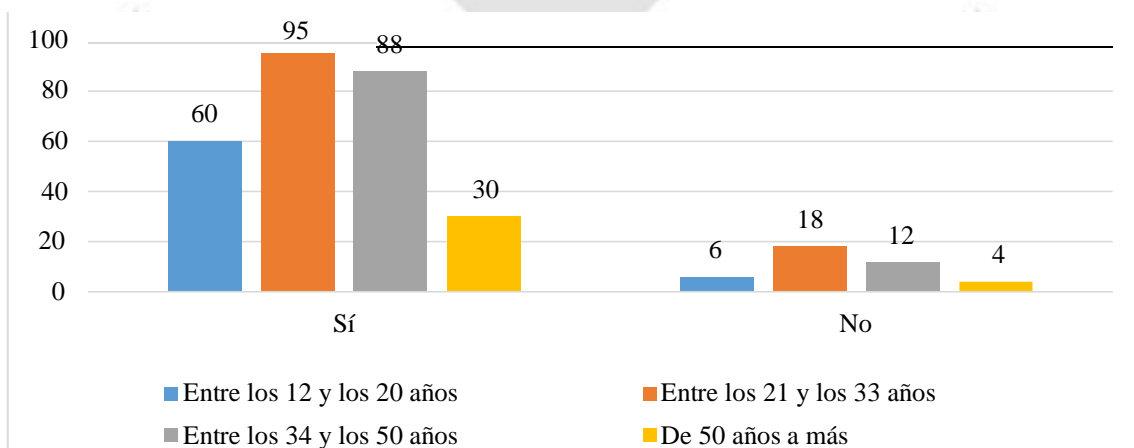
Fuente: Elaboración Propia (2014).

La comunidad reconoce masivamente que escucha La Voz del Allincapac. Es la más antigua de las únicas dos emisoras que tiene el distrito y que transmiten contenido relacionado a Macusani y a la provincia de Carabaya.

A pesar de que la señal de algunas radios de la capital llega a Macusani (RPP, Ritmo Romántica) la gente prefiere escuchar alguna de las emisoras locales porque les ofrece contenido variado y ajustado tanto a sus gustos como a sus necesidades.

Figura 3.5

¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allincapac? Según rango de edad

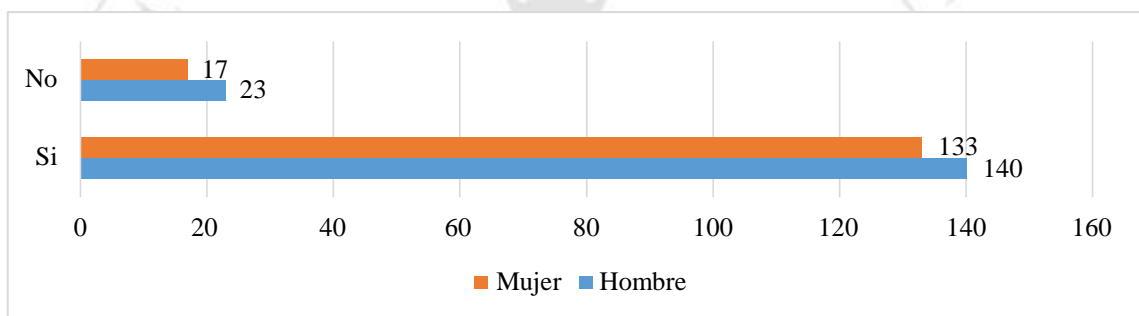


Fuente: Elaboración Propia (2014).

La Voz del Allincapac es una de las preferidas en parte por la trayectoria que posee dentro de la comunidad. Esto lo sabe el personal de la emisora, como nos dice el Sr. Marcos Pérez Mayhua, coordinador de La Voz del Allincapac: “*Nuestra ventaja son los años, no cambiar mucho nuestras ideas de acá para allá.*” Ellos saben que la trayectoria y la cercanía con la gente los pone un paso delante de su competencia (Radio Altura, también de Macusani) y los mantiene como los preferidos. Podríamos aventurar a decir que ya ha llegado a formar parte de la cultura de la localidad y hay una relación de pertenencia que viene de ambos lados, de la radio hacia el pueblo y del pueblo hacia la radio.

Figura 3.6

¿Sueles escuchar la emisora La Voz del Allincapac? Según sexo



Fuente: Elaboración Propia (2014).

De la misma pregunta pero separando las variables de edad y sexo se pueden extraer básicamente los mismos datos. No hay una diferenciación clara que amplíe nuestra comprensión del fenómeno.

Tabla 3.3

¿Por qué suele escuchar la emisora La Voz del Allincapac?

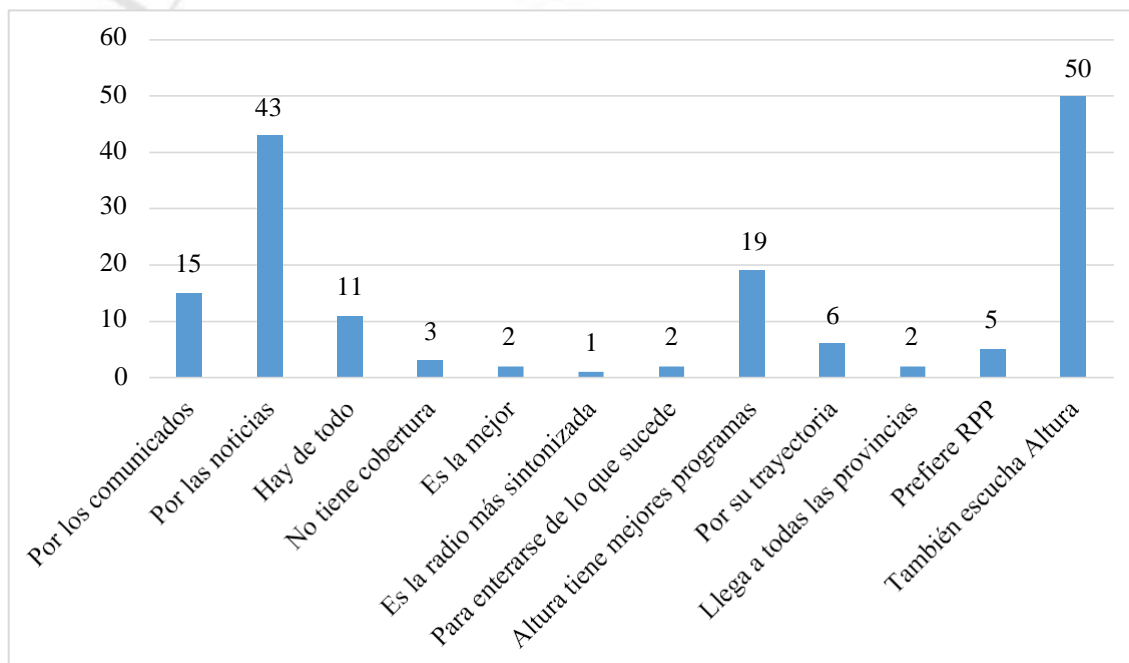
	Frecuencia	Porcentaje
Por los comunicados	15	4.8
Por las noticias	43	13.7
Hay de todo	11	3.5
No tiene cobertura	3	1.0
Es la mejor	2	.6
Es la radio más sintonizada	1	.3
Para enterarse de lo que sucede	2	.6

Altura tiene mejores programas		19	6.0
Por su trayectoria		6	1.9
Llega a todas las provincias		2	.6
Prefiere RPP		5	1.6
También escucha Altura		50	15.9
Total		159	50.5
Perdidos	No respondió	156	49.5
Total		315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.7

¿Por qué suele escuchar la emisora La Voz del Allincapac?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Los bloques de noticia son la razón principal por la cual los oyentes de Macusani prefieren La Voz del Allincapac. Muchos de ellos consideraron el hecho de que solo son dos emisoras dentro de la provincia, y únicamente estas tratan las noticias de Carabaya, y en especial de Macusani: las actividades municipales, escolares y sociales, días festivos, etc.

Asimismo, el debate político en tiempo de elecciones es tomado en cuenta, y solo en estas dos radios lo encontramos. También la fiscalización de las autoridades y las denuncias por hechos de corrupción hacen que las noticias sobre la localidad sean tan valoradas. Cómo lo cuenta, Marcos Pérez, coordinador de la radio, intentan ser una radio imparcial: *“Ahora el conductor solo hace lectura, y llama gente para hablar sobre el tema. Se podría de ser que dentro de los programas tratamos de ser independientes.”*

Pero, La Voz del Allincapac no es la única radio en Macusani, una emisora más reciente, con un local mejor implementado y, al parecer, mayores ingresos, le está disputando el liderazgo en las preferencias de la población. Cada vez más, Radio Altura está siendo preferida por cierta parte del pueblo; algunos dicen que sus locutores son mejores, otros que llega a sitios más alejados. Por eso, el 16% de encuestados respondió que también escuchaba Altura. De todos modos, no hay una preferencia categórica de las personas por una de las dos emisoras, constantemente están variando entre una y la otra; con una ligera superioridad de La Voz del Allincapac, por su trayectoria y servicio público.

Los comunicados es otro de los servicios bandera de La Voz del Allincapac: personas del pueblo y las afueras de Macusani acude a la radio y paga una suma que varía entre S/. 1.50 y S/. 2.00 para enviar algún mensaje de cualquier tipo: ya sea a algún familiar, por trabajo, entre profesores o alumnos de un colegio, etc. Su utilidad se basa en el hecho de que toda la población está escuchando la emisora, y el mensaje, naturalmente, va a llegar a su destinatario. Se utiliza este método, sobre todo, porque la señal de celular es muy deficiente a las afueras del pueblo, y la gente que vive en condiciones de pobreza muchas veces no cuenta con los ingresos para adquirir un equipo.

La mezcla y variedad en los programas es otra de las razones por la cual Allincapac es escuchada dentro de la población. La gente encuentra música, comunicados, noticias y diálogos en esta emisora; por lo que la población se muestra contenta con el abanico de posibilidades que se les ofrece.

Las tendencias relacionadas a las variables sexo y edad no presentan diferencias claras.

Tabla 3.4

¿Con qué frecuencia escucha la emisora La Voz del Allincapac?

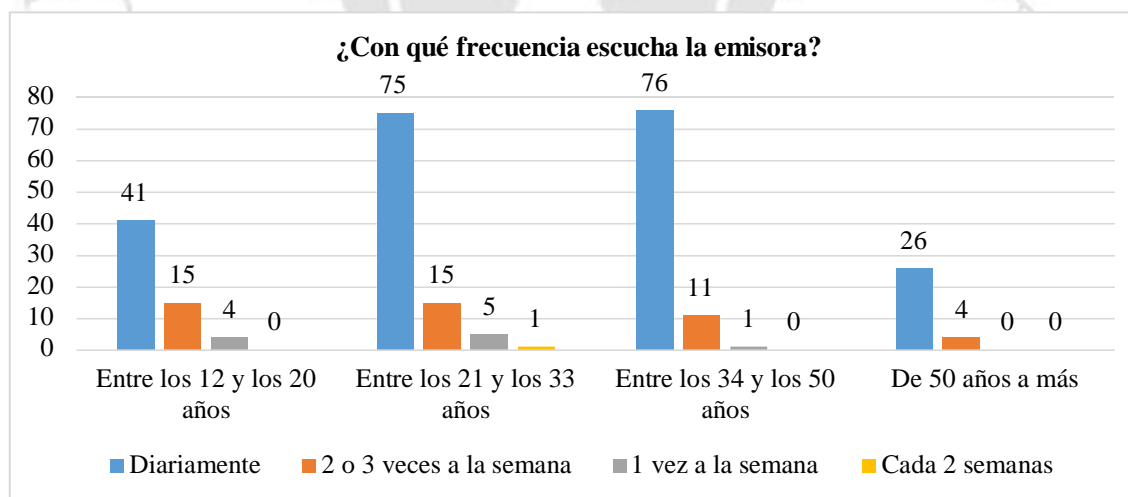
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Diariamente	218	69.2
	2 o 3 veces a la semana	45	14.3
	1 vez a la semana	10	3.2
	Cada 2 semanas	1	.3
	Total	274	87.0
Perdidos	No respondió	41	13.0
Total		315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Como era previsto, los habitantes de Macusani escuchan La Voz del Allincapac diariamente, en su mayoría. Al ser la radio uno de los pocos medios masivos que llega con inmediatez a sus receptores, y también ésta emisora es la única (junto con radio Altura) que trata temas sobre la provincia y el distrito, es entendible que sea sintonizada todos los días.

Figura 3.8

¿Con qué frecuencia escucha la emisora?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Los comunicados y noticias son, al parecer, razones ligeramente más importantes para escuchar La Voz del Allincapac en las mujeres que en los hombres. Por otro lado, una mayor cantidad de hombres escucha la otra emisora, radio Altura.

En relación al sexo de los encuestados, no hay diferencias claras que nos lleven a alguna conclusión. Los adolescentes y jóvenes, así como los adultos mayores escuchan radio en menor frecuencia, ya sea por sus estudios u otras actividades previamente mencionadas.

Tabla 3.5

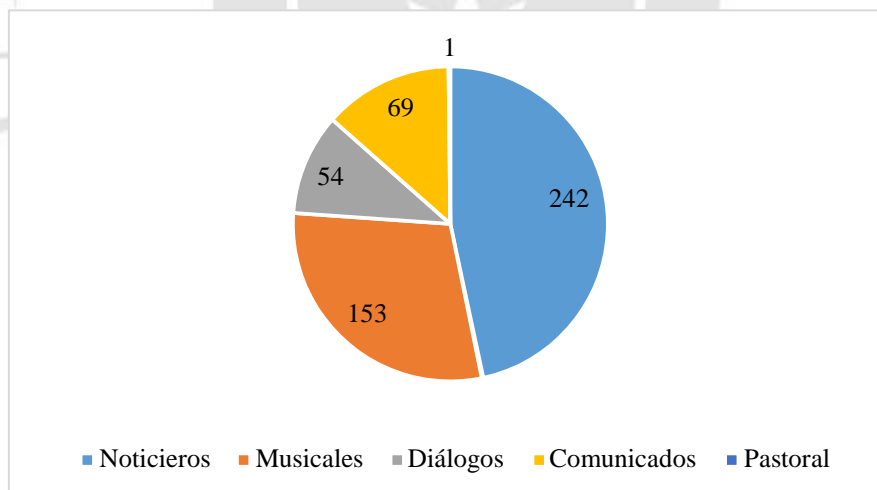
¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapac?

	Frecuencia	Porcentaje
Noticieros	242	46.6%
Musicales	153	29.5%
Diálogos	54	10.4%
Comunicados	69	13.3%
Pastoral	1	0.2%
Total	519	100.0%

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.9

¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapac?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Los noticieros son los programas preferidos por la población de Macusani por amplio margen. La gente los eligió porque tratan noticias de la comunidad en todos sus ámbitos, y se sienten excluidos tanto por las radios de la capital (por ejemplo, RPP), como por las de la región Puno, que generalmente se centran en las ciudades más grandes (Puno y Juliaca).

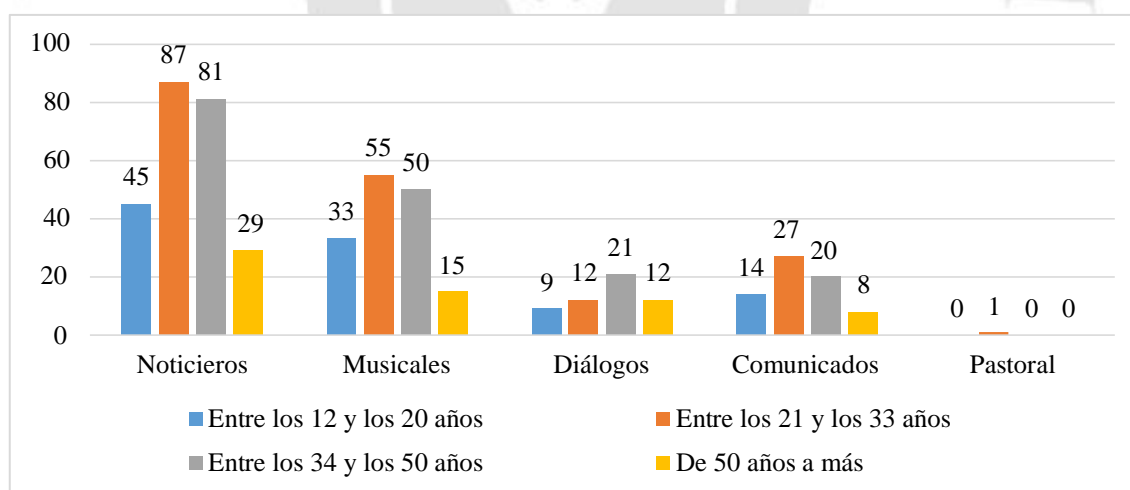
Los programas musicales ocupan el segundo lugar. Debido a la diversidad de géneros que se ofrecen durante su programación (folclore peruano y boliviano, huaynos, música tropical, música juvenil, rock en español, etc.), la gente eligió esta opción porque su estilo musical favorito se encontraba dentro de la gran oferta de Allincapac. Estos, quizás, son los puntos más fuertes de la radio: su desarrollo de las noticias locales, y su diversa propuesta musical.

A pesar de la importancia que tienen los comunicados para la población, no los ven como su programa “preferido”, ya que si el comunicado que se está transmitiendo no es de importancia del oyente, simplemente lo ignoran y esperan que se pase a otro contenido. De todas formas, a pesar de no ser un “programa” propiamente dicho, la tercera ubicación dentro de las preferencias no deja de ser una posición importante.

Los diálogos, con un 10% de las preferencias, ocupan el cuarto lugar en el gusto de los encuestados. Por último, el bloque de pastoral se encuentra muy por debajo de los otros programas, con solo un voto a favor.

Figura 3.10

¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapac? Según rangos de edad

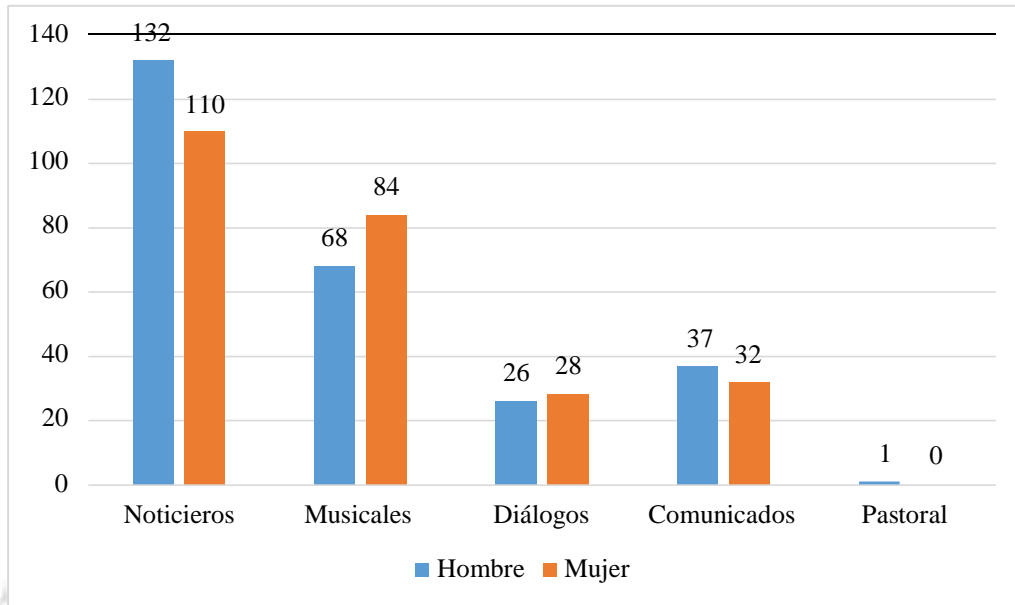


Fuente: Elaboración Propia (2014).

Los noticieros siguen siendo el programa más visto por los radioescuchas en todos los rangos de edad. De igual forma, los bloques musicales se ubican en el segundo lugar. Para los dos últimos rangos de edad, los diálogos son más sintonizados que los comunicados.

Figura 3.11

¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapac? según sexo

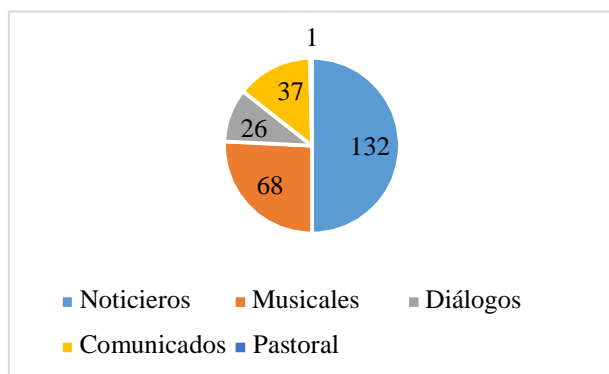


Fuente: Elaboración Propia (2014).

En relación al sexo, la diferencia más clara es el hecho de encontrar un mayor consumo de programas musicales por parte de las mujeres a diferencia de los varones, quienes en su mayoría prefieren los programas informativos.

Figura 3.12

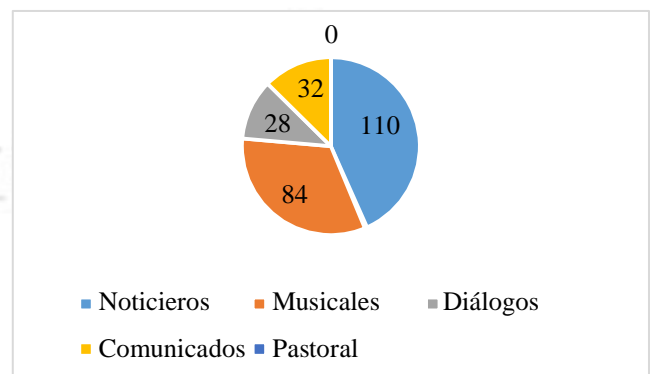
¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapac? Hombres



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.13

¿Qué programas son los que más le agradan de La Voz del Allincapac? Mujeres



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Tabla 3.6

¿Por qué los anteriores son los programas que más le agradan?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Pasan noticias importantes	24	7.6
	Todos los programas les agradan	6	1.9
	Comunicados son muy útiles para personas alejadas	11	3.5
	Total	41	13.0
Perdidos	No respondió	274	87.0
Total		315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Del bajo índice de respuesta que obtuvo esta pregunta, la mayoría contestó que la razón por la cual sus programas favoritos fueron los elegidos en la pregunta anterior está, en primer lugar el hecho de que pasan noticias importantes (para los que seleccionaron al bloque de noticias como preferido). Estas noticias relevantes son, naturalmente, los hechos que ocurren en la localidad de Macusani y en la provincia de Carabaya, principalmente. En segundo lugar está el hecho de que los comunicados están disponibles para personas que se encuentran lejos del centro del pueblo, y necesitan de este medio para hacer llegar sus mensajes a donde los necesiten. Las variables de sexo y edad no muestran diferencias claras.

Tabla 3.7

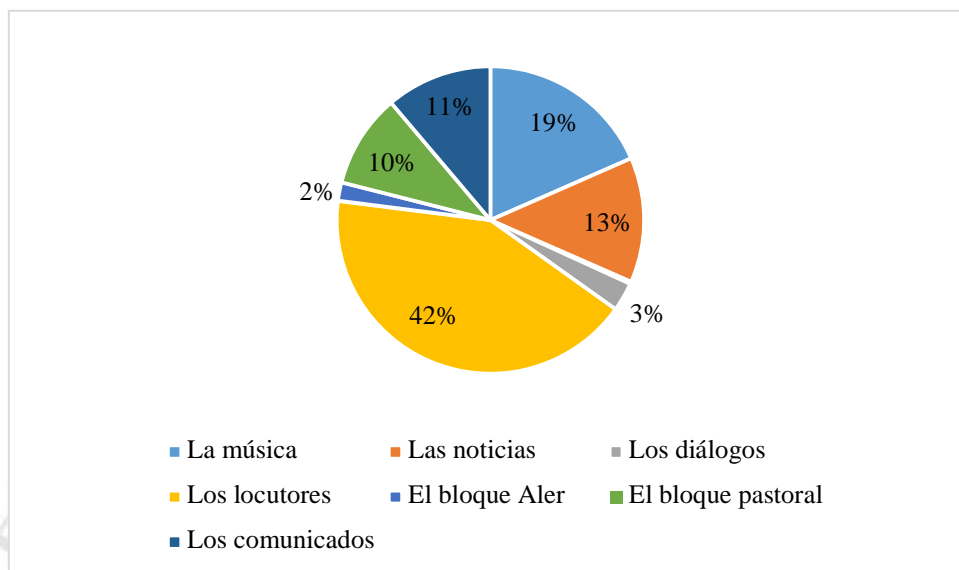
¿Hay algo que no le agrade de la emisora?

	Frecuencia	Porcentaje
La música	28	18.4%
Las noticias	20	13.2%
Los diálogos	5	3.3%
Los locutores	64	42.1%
El bloque Aler	3	2.0%
El bloque pastoral	15	9.9%
Los comunicados	17	11.2%
Total	152	100.0%
No respondió	180	

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.14

¿Hay algo que no le agrade de la emisora?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

En líneas generales, lo que a la gente le agrada menos de La Voz del Allincapac es el desempeño y labor de los locutores. Las personas argumentaban que había una falta de profesionalismo al momento de relatar. Las razones completas las revisaremos en las preguntas siguientes. A varias personas les desagradaba también la música que pasaba la emisora. En las conversaciones con los encuestados, nos contaban que pasaban mucho un género que no era de su agrado y que no pasaban otro que si les gustara, mientras que otras personas nos decían lo contrario; entonces, podemos concluir que el gran abanico musical, visto anteriormente como una ventaja, también puede ser percibido como algo negativo. Un 13.2% de encuestados concluyó también que las noticias no eran de su agrado.

Otro de los programas que menos le agradaban a la gente era el bloque de noticias internacionales de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Para los encuestados, este bloque no tenía ninguna utilidad ni importancia en su vida diaria, y hablaba sobre lugares y personas que ellos no conocen. Asimismo, el bloque pastoral no era del gusto de 15 personas.

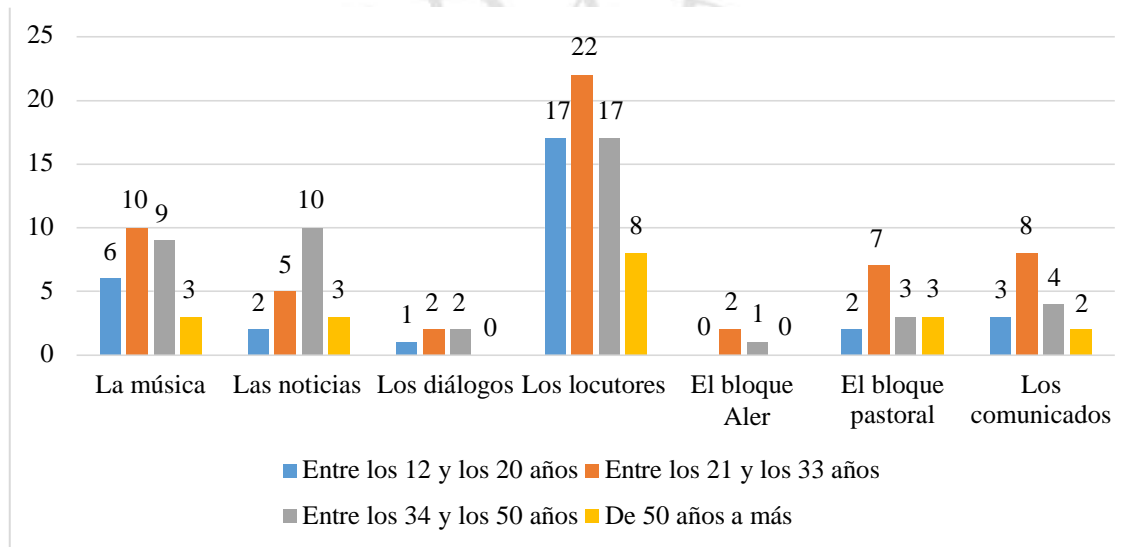
Finalmente, con menor cantidad de respuestas, se encuentran los diálogos y comunicados con 5 y 3 respectivamente. Este último dato es bastante relevante, pues si bien los comunicados no figuraban como “programas” preferidos de las personas, se

reconoce su importancia, al fin y al cabo su objetivo no es entretener, sino dar a conocer distintos hechos; por lo que la gente no los calificó de manera negativa.

Las tendencias en cuanto a edad y sexo no varían significativamente.

Figura 3.15

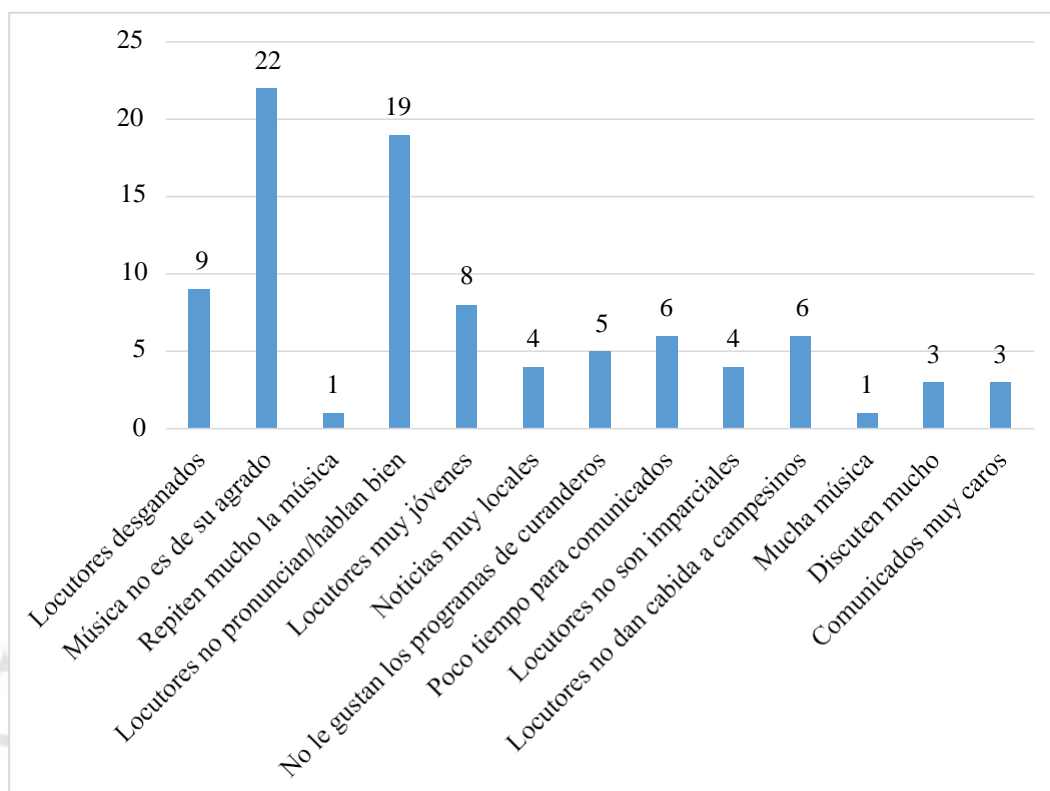
¿Hay algo que no le agrade de la emisora? Según rango de edad



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.16

¿Por qué lo anterior no es de su agrado?



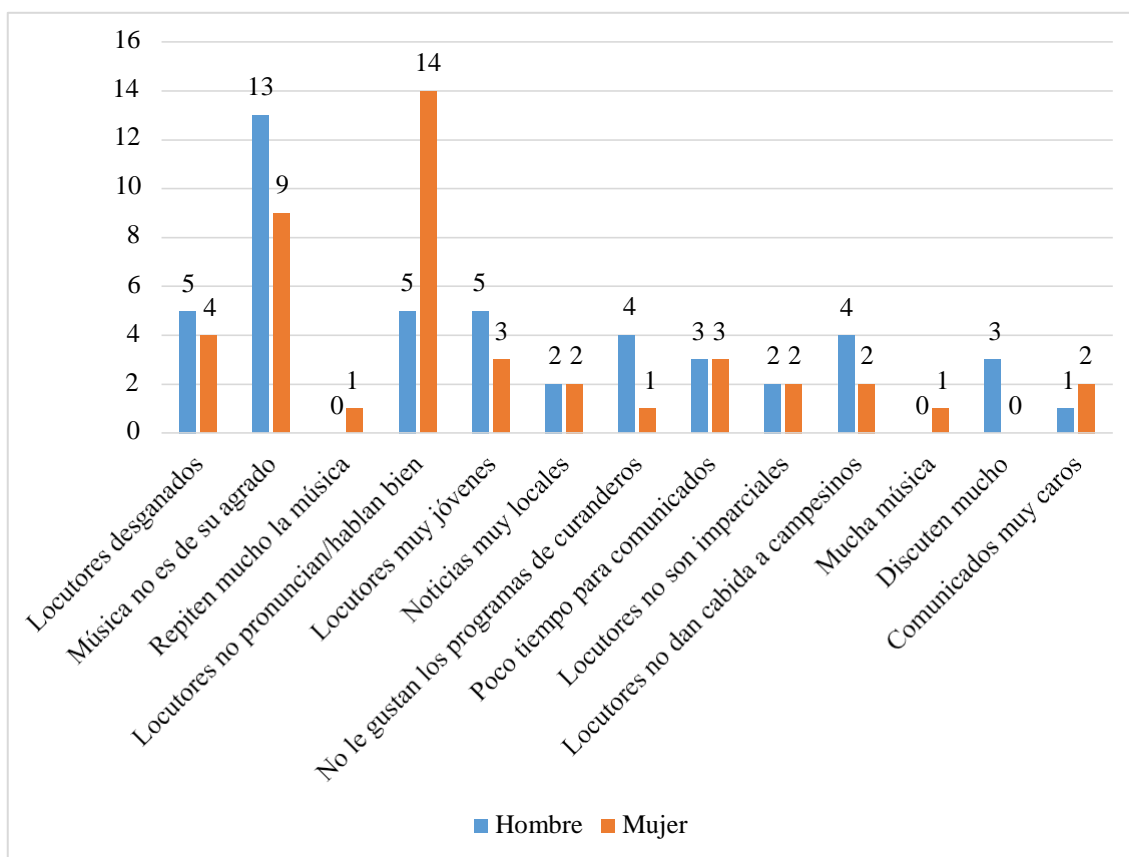
Fuente: Elaboración Propia (2014).

Sumando todas las opciones que indican el por qué algún aspecto de la emisora relacionada a los locutores no les agrada a los encuestados se llega al 11.4%, entre ellas están el hecho de que los locutores están muy desganados, no hablan o no pronuncian bien, y que son muy jóvenes y tienen poca experiencia.

Como ya lo decíamos, el factor musical está presente con fuerza, aunque esta respuesta se base únicamente en el gusto de las personas. Después ya vienen otras opciones como el poco tiempo de los comunicados, la poca cabida a la opinión de las personas, las noticias muy locales, los comunicados muy caros, etc.

Figura 3.17

¿Por qué lo anterior no es de su agrado? Según sexo



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Si bien las tendencias son casi las mismas en las variables edad y sexo, las mujeres parecen notar más que los locutores no se pronuncian adecuadamente.

Tabla 3.8

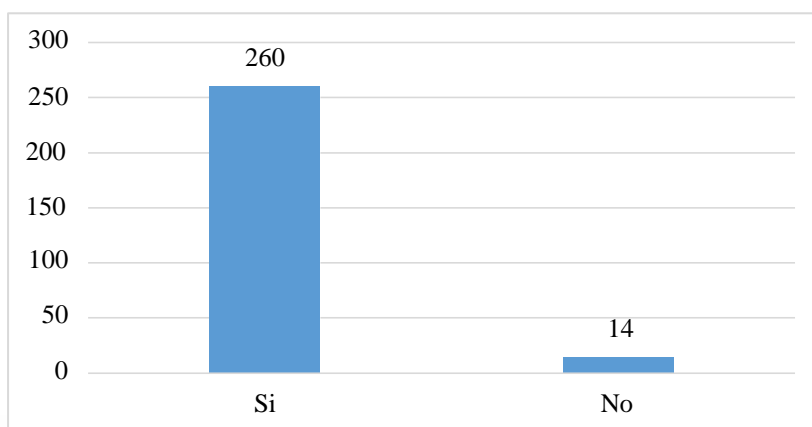
¿Cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad y a la educación de su familia?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	260	82.5
No	14	4.4
Total	274	87.0
Perdidos	No respondió	41
Total		315
		100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.18

¿Cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

La población de Macusani cree, categóricamente, que La Voz del Allincapac sí contribuye al desarrollo de su familia y de la comunidad. La emisora se posiciona como una organización que representa a la población. A través de ella se comunica, se informa, y discute los temas importantes. La radio es su ventana al mundo, y hacia ellos mismos, pues es el único medio disponible y que enteramente es de ellos y para ellos. Allí donde otros no llegan, esta radio comunitaria colabora con el pueblo y es parte del cambio hacia un futuro mejor.

Tabla 3.9

¿Por qué cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad?

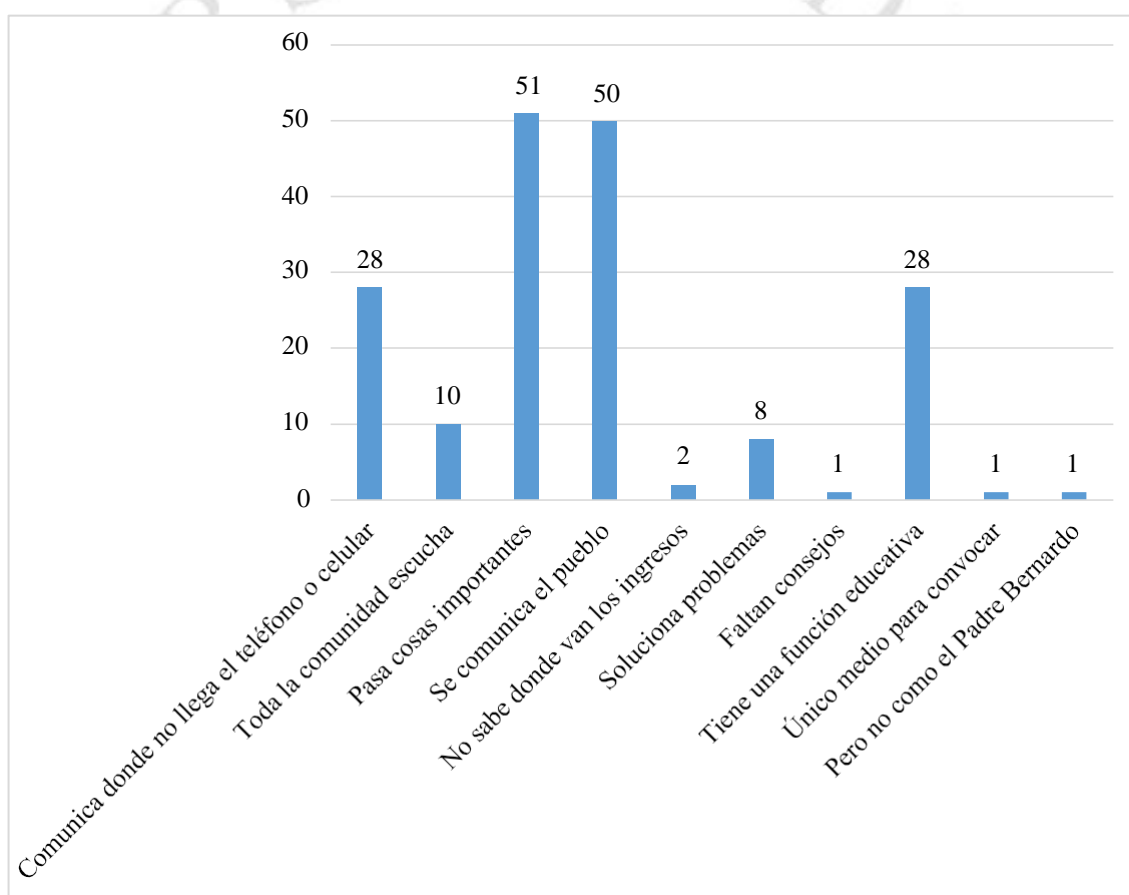
	Frecuencia	Porcentaje
Comunica donde no llega el teléfono o celular	28	8.9
Toda la comunidad escucha	10	3.2
Pasa cosas importantes	51	16.2
Se comunica el pueblo	50	15.9
No sabe dónde van los ingresos	2	.6
Soluciona problemas	8	2.5
Faltan consejos	1	.3
Tiene una función educativa	28	8.9

Único medio para convocar		1	.3
Pero no como el Padre Bernardo		1	.3
Total		180	57.1
Perdidos	No respondió	135	42.9
Total		315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.19

¿Por qué cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

La mayoría de personas encuestadas cree que La Voz del Allincapac contribuye al desarrollo de Macusani porque pasa contenidos importantes. Tanto las noticias, como los comunicados, la música y los diálogos son programas que le interesan a la población y le van a servir de distintas maneras para que la comunidad salga adelante.

Asimismo, el 16% de encuestados opinaron que mediante esta emisora, el pueblo tiene la posibilidad de comunicarse. Esta es quizás la labor principal de una radio comunitaria: unificar a la población, acercar y eliminar las distancias para que juntos puedan dialogar y debatir sobre sus problemas, capacidades y oportunidades en búsqueda de un cambio social que les favorezca a todos.

Por otro lado, rescataron que la radio tiene una función educativa. Con sus programas esporádicos de salud y educación, los niños y jóvenes aprenden diferentes cosas. Por ejemplo, Dionisia, locutora y tesorera de la emisora, comentó que tenía un programa “100 Mujeres en conflicto”, que hablaba sobre las problemáticas que tenían que enfrentar mujeres de todo tipo en diferentes lugares. Eso también es educación, pues plantea un cambio en la estructura de las concepciones de género que impera en las poblaciones rurales.

Por último, la audiencia rescata el hecho de que la radio sirve también para solucionar problemas y conflictos dentro de la comunidad. Asimismo, el hecho de que todo el pueblo la escuche, hace que en el día a día se pueda conversar y debatir sobre los contenidos de la emisora.

A continuación, evaluaremos las preguntas que guardan relación con el hecho de conocer si es que la presencia de nuevos contenidos puede ayudar al empoderamiento y la educación de las personas.

Como ya sabemos lo que opinan los habitantes de Macusani sobre los programas que tiene la radio actualmente, ahora conoceremos si tienen alguna propuesta o qué es lo que debería agregar o quitar la emisora.

Además, se tratarán temas que van más allá de los contenidos, pero que tienen una importancia muy fuerte para las personas de Macusani. Por ejemplo, la cobertura de la radio, la ubicación y comodidad del local, etc. Porque al ser tan cercana a la población, la comunicación entre la gente y La Voz del Allincapac no solo se da por la señal de la emisora, sino también en el contacto físico entre ambas, comunidad y medio de comunicación.

Tabla 3.10

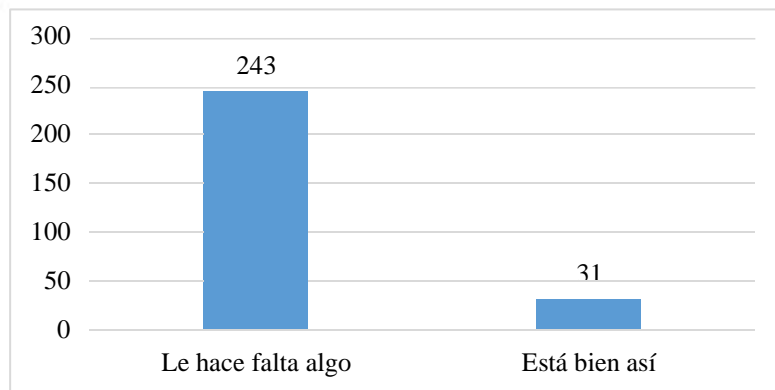
¿Sientes que a la emisora le hace falta algo o está bien como en la actualidad?

		Frecuencia	Porcentaje
Le hace falta algo		243	77.1
Está bien así		31	9.8
Total		274	87.0
Perdidos	No respondió	41	13.0
Total		315	100.0

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.20

¿Siente que a la emisora le hace falta algo?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

A pesar de que la mayoría de la población considera que la radio sí contribuye al desarrollo de la comunidad y que un 59% no respondió cuando se les preguntó que dijeran que contenidos no les agradaban, todavía una gran mayoría cree que La Voz del Allincapac tiene muchas cosas que cambiar y modificar.

Tabla 3.11

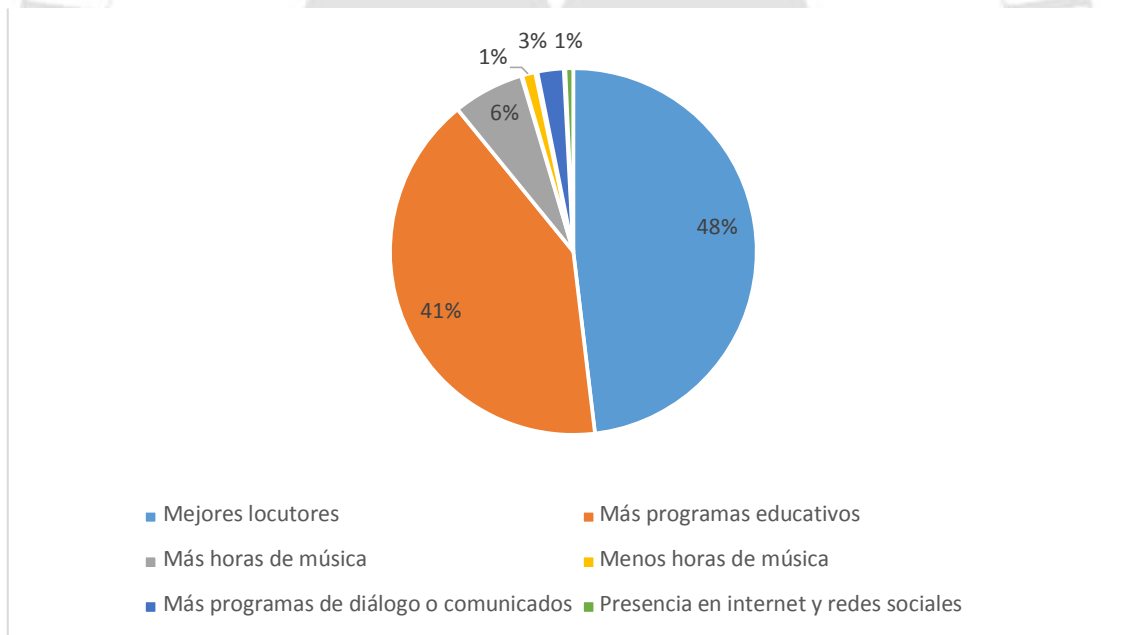
Si respondió que le falta algo ¿qué cree que le falta?

	Frecuencia	Porcentaje
Mejores locutores	115	34%
Más programas educativos	98	29%
Más horas de música	15	4%
Menos horas de música	3	1%
Más programas de diálogo o comunicados	6	2%
Presencia en internet y redes sociales	2	1%
Otra	103	30%
Total	342	

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.21

¿Qué cree que le falta a la emisora La Voz del Allinapac?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

En esta pregunta, se vuelve a tener en cuenta la problemática de los locutores. Un 34% de los encuestados exige que los locutores de la radio sean mejores. Otra de las problemáticas a mejorar es la falta de programas educativos para jóvenes y niños, ya que aparte de las horas de música juvenil, no hay programas que se enfoquen en este público; y muchos de los adultos lo consideran importante. Es mucho menor el porcentaje de personas que solicitan que haya más horas de música (15%) y más tiempo de comunicados o diálogos (6%). Las variables de sexo y género no mostraron una diferencia clara.

Tabla 3.12

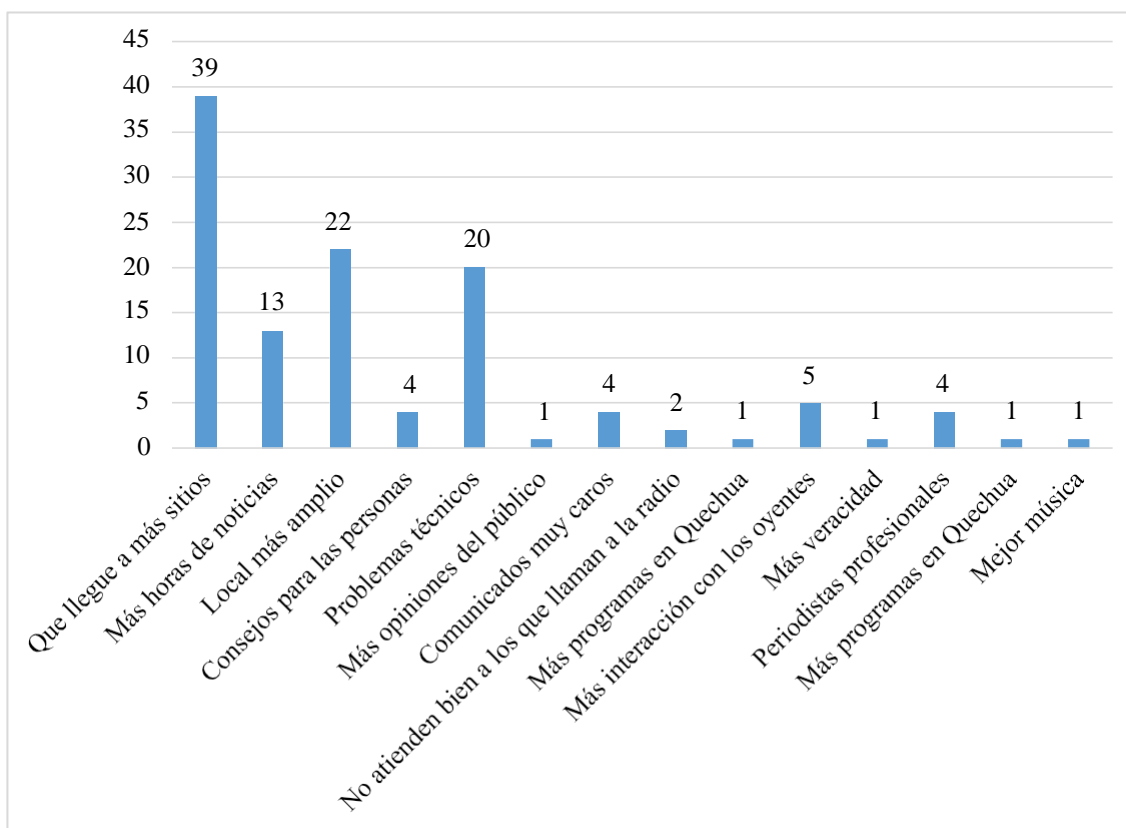
Personalmente, ¿qué sugerencia le haría a la radio?

	Frecuencia	Porcentaje
Que llegue a más sitios	39	12.4
Más horas de noticias	13	4.1
Local más amplio	22	7.0
Consejos para las personas	4	1.3
Problemas técnicos	20	6.3
Más opiniones del público	1	.3
Comunicados muy caros	4	1.3
No atienden bien a los que llaman a la radio	2	.6
Más programas en Quechua	1	.3
Más interacción con los oyentes	5	1.6
Más veracidad	1	.3
Periodistas profesionales	4	1.3
Más programas en Quechua	1	.3
Mejor música	1	.3

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Figura 3.22

¿Qué sugerencia le haría a la emisora?



Fuente: Elaboración Propia (2014).

Las sugerencias de los mismos encuestados solicitaban que la señal de la emisora llegue a más destinos. Al ser Macusani capital de provincia, llegaban al pueblo personas de diferentes lugares para realizar actividades comerciales. Ellas comentaban que en lugares más altos, y otros que se van hacia la selva oriental, la señal de la emisora o llega defectuosa, o simplemente no llega.

Otro importante número de personas sugirió que la radio consiguiera un mejor local al que actualmente tiene, pues este está alejado del centro del pueblo y pierde esa conexión con la gente que antes tenía (en épocas anteriores, se encontraba en la Plaza de Armas, al costado de la iglesia). El que esté alejado dificulta a las personas para que vayan a dejar sus comunicados, por ejemplo.

Por último, los problemas técnicos también fueron tomados en cuenta por la población. Como comenta Yudi, locutora de la radio: *“Por el lado de la radio, el rayo nos deja sin señal, una vez lo ha malogrado el año pasado, estuvimos una semana sin*

radio." Este es un problema bastante común y recurrente, pero cuando hay estas dificultades debido a complicaciones meteorológicas, a la gente no le gusta quedarse prácticamente sin comunicación, ya sea por horas, días o semanas.

4. Conclusiones

Sobre las variables de sexo y edad

- En las encuestas, las variables de sexo y edad muestran diferencias mínimas en relación a la opinión de las personas sobre la radio o la comunidad. De esta forma, se encontró que las mujeres tienen preferencia por los contenidos musicales, a diferencia de los varones quienes la tienen por los contenidos informativos.
- En resumen, las personas de Macusani piensan de manera muy similar sobre la radio como medio de comunicación y sobre la emisora en particular sin importar su sexo o edad.

Sobre la radio como medio para la población de Macusani

- La población de Macusani utiliza la radio como medio principal de información. Es el canal principal mediante el cual la población comparte sus experiencias de toda índole. Esto hace que la frecuencia de escucha sea diaria por la mayor parte de la población, como indican claramente las encuestas.

Sobre la emisora La Voz del Allinapac y sus programas

- La emisora La Voz del Allinapac es reconocida, sobre todo, por su trayectoria y tiempo en el aire; a pesar de que una nueva emisora aparecida en los últimos años, radio Altura, está obteniendo poco a poco una mayor popularidad, con un 15% de las preferencias del público.
- Sin embargo, podemos afirmar que la audiencia radial comparte su preferencia entre ambas emisoras.
- Con un categórico 47% de las preferencias, los bloques de noticias son la razón más importante por la cual la población escucha La Voz del Allinapac. El que se transmitan hechos de Macusani y Carabaya hace que sea la preferida. Asimismo, a las personas del distrito también les interesa conocer lo que acontece tanto en Puno,

como en otras regiones del Perú, incluso en el extranjero; y el hecho de que La Voz del Allincapac transmita también algunas noticias internacionales hace que sea el bloque preferido.

- Los programas musicales también juegan un rol muy importante tanto para hombres y mujeres. Estos suman el 30% de los gustos del público. A pesar de que a algunas personas no les agrada cierto género (por ejemplo: los más jóvenes reniegan de la música folclórica, mientras que a los adultos mayores no les agrada el reggaetón o pop juvenil), el abanico de propuestas musicales hace que los diferentes públicos estén contentos. De esta forma, los jóvenes los que prefieren música contemporánea, y los adultos gustan más de los huaynos y música folclórica.
- Ciertamente, hay una ligera tendencia de los adolescentes y jóvenes por los contenidos musicales, así como de los adultos y ancianos por los contenidos de noticias.
- A pesar de que no estuvo considerado entre los programas favoritos, los comunicados tienen una importancia vital y son en gran parte la razón de ser de la radio, pues le permiten tener ingresos; y en el lado de la población, da la oportunidad de comunicar hechos importantes y mensajes a cualquier persona o grupo de personas determinado dentro de la comunidad, en sitios donde el teléfono o el celular no llegan. Para esto, las personas están convencidas de que a quién quieren hacer llegar el mensaje está escuchando la radio. Hay una relación de confianza en la radio y las personas.
- Los locutores son el factor de la radio que cuenta con menos aprobación por parte del público, con un 42% de las respuestas. La gente argumenta que le gustaría que fueran más capacitados, con una mayor trayectoria y que pronuncien mejor. Al momento de ejecutar las encuestas era evidente que los locutores no contaban con mucha credibilidad por su juventud e inexperiencia. Los oyentes no confían del todo en su palabra por no ser periodistas o locutores calificados.

Sobre la emisora La Voz del Allincapac y su implicancia en el desarrollo local

- Con un 83% de respuestas afirmativas, una gran cantidad de los encuestados respondieron que La Voz del Allincapac sí contribuye con el desarrollo de la comunidad de Macusani.
- La población de Macusani ve a la emisora posicionada como un espacio unificador, comunicador e informativo, cuya labor es muy útil para la cohesión de la sociedad. La radio organiza las actividades y el día a día de un distrito alejado y pequeño, que de otra forma vería muy complicadas sus necesidades comunicativas. Las respuestas que más mencionaron las personas fueron que la radio pasa cosas importantes, ya sean noticias, hechos del día a día de la comunidad, comunicados, etc. Y que el pueblo se comunica a través de ella. Ambas sumaban más del 30% de las afirmaciones de los encuestados.

Sobre las recomendaciones y sugerencias de la población

- Sin embargo, un 77% de la audiencia demanda todavía algunos cambios sustanciales para la radio.
- Entre los factores que la gente considera que se deben modificar están, principalmente, el tener locutores más preparados con el 48% de las respuestas; así como adherir programas educativos a la programación de la radio, con el 21%.
- Muchos encuestados consideraron que faltan programas que eduquen tanto a los jóvenes como a los adultos en cuestiones de salud, alimentación, medio ambiente, etc. Si bien existen programas de diálogos de todo tipo, estos no profundizan en la educación para las personas del distrito; quienes verían con buenos ojos que se dé prioridad a estos contenidos.
- Por otro lado, la sugerencia que le hacen la mayoría de encuestados a la emisora es que amplíen su cobertura, para que llegue a sitios más alejados en las alturas o camino a la ceja de selva de Puno. Esta recomendación nació de los propios encuestados y llegó a un importante 12.4% de respuestas.

- Los encuestados requerían también que se solucione los problemas técnicos, pues los oyentes se quedaban muchas veces varios días incomunicados, generalmente por problemas meteorológicos. Esta fue la recomendación de un 17% de personas.

Sobre la situación interna de la emisora

- La radio ha tenido que pasar por muchas dificultades a lo largo de sus años en el aire. Desde problemas con el personal, que muchas veces no llega a tiempo a sus transmisiones o simplemente no se aparece sin avisar, hasta los apuros técnicos que, generalmente, se deben a las condiciones climatológicas extremas en la cual se encuentra Macusani, que hacen que las antenas sean muy propensas a recibir impactos de rayos; lo que en algunas ocasiones, según nos cuentan los entrevistados, ha dejado sin señal a la emisora hasta por una semana.
- La situación económica actual de la radio es muy precaria. Como nos cuenta Marcos, coordinador de la emisora, cuando él asumió el cargo en el 2007, se dio con la sorpresa que la radio tenía serias deudas con la SUNAT y con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones; además del hecho que la licencia de funcionamiento estaba vencida. Si bien esa situación poco a poco se está subsanando, La Voz del Allincapac tiene gastos fijos que debe cubrir, como son la luz, los celulares y el teléfono fijo, el módem de internet para obtener noticias de otros lugares, el pago a la secretaria y al cuidador, etc. Además de una “propina” que se les da a los locutores que consta de, aproximadamente, treinta soles al mes.
- En muchas ocasiones, algunas personas de administración (secretaria) tienen que reemplazar a algún locutor que no acude a trabajar. Este es el caso de Dionisia, quien con los años ha aprendido la labor de locutora y debe tomar el puesto de los presentadores cuando estos llegan tarde o no pueden asistir por motivos personales.
- Actualmente, los únicos ingresos de la radio son por concepto del servicio de comunicados que brinda la emisora al público. Además de un apoyo mensual de los familiares y amigos del fallecido padre Bernardo Majournal, sacerdote francés y fundador de la radio, para pagarle al cuidador y a la secretaria.

Sobre el papel de los locutores en la radio y la comunidad

- Es importante resaltar el compromiso de los trabajadores. Ellos reconocen que la labor que realizan es importante, pues brindar una señal en vivo en condiciones tan adversas no es algo sencillo. Además, ellos nos cuentan que el apoyo que recibe la comunidad, sobre todo la gente del campo, es una de las razones por la cual ella se siente motivada para trabajar ahí.
- Las ideas de los locutores, al parecer, no son escuchadas; sobre todo los que solo se encargan de los programas musicales. Como comentó Yudi, locutora de la emisora, le gustaría que sus aportes y opiniones sean importantes; tanto para la organización y desempeño de la emisora, como para las transmisiones al público.
- Los colaboradores de la radio son conscientes de la labor que realizan dentro de la sociedad. Este es quizás el punto más importante, ya que la razón principal que los motiva es esa: dar cobertura, información y comunicación dentro de Macusani. A pesar de las trabas, todos los colaboradores de La Voz del Allincapac saben que la tarea que cumplen dentro del distrito es trascendental.

Sobre el futuro de la emisora

- Todos dentro y fuera de la radio esperan que a futuro la cobertura de la emisora sea mayor. Las entrevistas a los colaboradores detallaron que quieren que la señal llegue a más sitios, de igual forma las encuestas arrojaron que aún hay poblaciones más alejadas a quienes no llegan las transmisiones. Esta es la sugerencia que más hacen los oyentes.
- Asimismo, esperan que se pueda construir un nuevo local en un terreno que tiene la organización encargada de la radio La Voz del Allincapac. Esto debido a que el establecimiento donde se encuentra la emisora en la actualidad no es propio, además de estar muy limitado en cuestiones de espacio y lejanía con la población (se encuentra en la parte alta del pueblo). Los miembros de La Voz del Allincapac tienen como meta que se construya otro local mucho más acogedor, tanto para ellos, como para las personas que los visitan para dejar sus comunicados; o que en un sitio se queden las cabinas, y el nuevo sea para la secretaría.

Referencias

- Alfaro, Rosa María (1990) en *Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana*. Lima: Tarea/Calandria.
- Durston, John (2002). *El capital campesino en la gestión del desarrollo rural: diadas, equipo, puentes y escaleras*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Geerts, Andrés y van Oeyen, Víctor (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito: ALER.
- Peppino, Ana María (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. Ciudad de México: Plaza y Valdés Editores.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD (2000). *Informe de Desarrollo Humano en Bolivia 2000*. La Paz: PNUD.
- Rivadeneyra, Carlos (2013). CONCORTV. Lima. <http://www.concortv.gob.pe/old/index.php/noticias/1173-la-radio-comunitaria-es-un-medio-que-puede-lograr-la-inclusion-social-en-el-peru.html>
- Tellez, Rubén. La radio y los procesos de integración de los migrantes a la ciudad. En: Alfaro, Rosa María. *Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana*. Lima: Tarea/Calandria.
- Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito: AMARC y FES.

Bibliografía

- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica – ALER (1996). *Un nuevo horizonte teórico para la radio popular en América Latina*. Quito: ALER.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias – AMARC (1997). *Carta de las radios comunitarias y ciudadanas*. Quito: AMARC.
- Atria, Raul y Siles, Marcelo (Comps.) (2003). *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Barale, A. M. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. Ciudad de México: Plaza y Valdes Editores.
- Camacho, Carlos A. (2001). *Las radios populares en la construcción de ciudadanía: enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*. La Paz: UASB.
- Elías, Rosario (ed.) (1986) *Comunicación y Desarrollo*. Lima: Instituto para América Latina.
- Lopez Vigil, José Ignacio (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: AMARC, FES y otros.
- Ministerio Británico para el Desarrollo Internacional (2003) *Perú: Voces de los pobres*. Lima: Banco Mundial.
- *¿Qué es una radio comunitaria?* (s.f.) Recuperado el 31 de octubre de 2013, de <http://alc.amarc.org/node/4>. AMARC



Anexos

Anexo 1: Entrevistas al personal de la emisora

Entrevista a locutora: Yudi Apaza Mamani – 26 años

1. ¿Desde cuándo eres miembro de La Voz del Allinapac?

Hace dos años

2. ¿Qué te animó a formar parte de la radio?

Me gusta la comunicación con las demás personas, con la gente del pueblo.

3. ¿Qué te gusta de trabajar aquí?

Conocer a más gente de todo sitio.

4. ¿Cuáles han sido las dificultades en todo el tiempo que llevas aquí?

Tiempo. A veces no tengo tiempo para venir acá, tengo que hacer mis cosas. A veces se me presenta un trabajo, entonces tengo que asistir ahí. Por el lado de la radio, el rayo nos deja sin señal, una vez lo ha malogrado el año pasado, estuvimos una semana sin radio.

5. ¿Crees que la labor que realizan es importante para la población?

Sí, porque damos mayor frecuencia, damos señales en vivo, y a la gente le gusta mucho escuchar. A la gente le sirve porque se informan y se comunican.

6. ¿Sientes limitaciones en tu labor?

Sí, técnicamente faltan varias cosas.

7. ¿Te gustaría capacitarte y tener más conocimientos de temas radiofónicos?

Sí, porque es más interesante a veces hablar en la radio, hacerle ver a la gente que de verdad le interesas, que te estás focalizando en ese programa.

8. ¿Sientes que tus aportes son escuchados e importantes para la radio?

A veces no, porque a veces solamente pongo música y casi no digo nada. Me gustaría tener un papel más activo en la radio.

9. ¿Te sientes identificada con la radio?

Más o menos, porque a veces hay problemas. La gente dice voy a salir y no salen, voy a hacer esto y no lo hacen.

10. ¿Crees que la radio sigue el espíritu comunitario del Padre Bernardo o se ha alejado?

Del 100% se ha alejado 48%, porque las mismas personas ya no están: se han ido a otras radios, otras han viajado, pocas personas que empezaron todavía quedan en la radio. La radio ha empezado a tambalear un poco, las cosas son un poco más difíciles.

11. ¿Qué esperas del futuro para la radio?

Que la radio crezca más, que llegue a más sitios. Estaba llegando a Olaechea y ahora ya no llega, eso se queja bastante la gente: ¿antes llegaba, por qué ahora ya no llega? El local ahora que es arriba es más complicado para que la gente llegue. Ojalá haya la posibilidad de tener dos locales, uno abajo para que sea secretaria, y acá que sean las cabinas. También que vuelvan las transmisiones por internet.



Entrevista a secretaria: Dionisia Mamani Yunganina – 54 años

1. ¿Desde cuándo eres miembro de La Voz del Allincapac?

Desde hace 2 años.

2. ¿Qué te animó a formar parte de la radio?

Me animaron los compañeros que aquí trabajaban.

3. ¿Qué te gusta de trabajar aquí?

Poder ayudar y colaborar con la gente. Son muchas cosas, hay de todo.

4. ¿Cuáles han sido las dificultades en todo el tiempo que llevas aquí?

Son muchas dificultades. A veces los locutores no vienen y yo tengo que quedarme aquí hasta que terminen las noticias. Cuando hay alguien que ya está hablando, yo solamente me preocupo por apoyar a quien está saliendo.

5. ¿Crees que la labor que realizan es importante para la población?

Sí, porque apoyamos bastante a la comunidad; más que todo del campo. Porque muchas veces en el campo, por mucho que ya saben manejar celulares, en el campo no pueden porque no entra. Aparte como siempre está reventando el rayo, más lo tienen apagado. Entonces, es un gran apoyo para todos.

6. ¿Te gustaría capacitarte y tener más conocimientos de temas radiofónicos?

Sí, para conocer más a fondo en la radio, para así poder involucrarme más a mí misma y apoyar a la gente.

7. ¿Sientes que tus aportes son escuchados e importantes para la radio?

Sí creo, porque hay muchos oyentes. Yo tengo un programa, lo estoy guardando por esta temporada, pero es un programa “100 mujeres en conflicto”. Muchas veces me han pedido que quieren volver a escuchar el programa, o quiere que se le den esa grabación. Era una vez a la semana, pero esta vez voy a retomar con dos veces a la semana. Eran 100 ejemplares, así que voy a volver, con la misma, de nuevo lo voy a grabar.

8. ¿Te sientes identificada con la radio?

A veces sí, de repente, porque cuando no salen bien las cosas me siento preocupada, siento como si fuera mío. Con una gente que trabajamos aquí también, la señora Leonor, el señor Marcos es como un hermano para mí, ellos han trabajado desde siempre, desde muy jovencitos hemos trabajado juntos, nos conocemos y siempre compartimos; a veces discutimos.

9. ¿Crees que la radio sigue el espíritu comunitario del Padre Bernardo o se ha alejado?

Sí creo, porque al padre Bernardo siempre le gustaba apoyar a las personas, más que todo a la gente más necesitada que no tiene economía; siempre él decía: “a ellos hay que apoyarlos”, entonces nosotros continuamos eso. Nos conocemos quiénes somos, pueblo chico, entonces alguien viene así, o alguien ha perdido todo su dinero, su monedero, entonces no le cobramos. Y además, salimos los domingos con el programa pastoral, eso es lo que él nos ha enseñado, a llevar la palabra del Señor a todas partes, entonces aprovechamos esta radio para continuar eso.

10. /Que esperas del futuro para la radio?

Yo espero que sea mas **de**, que se construya ellotal a! otro !ado. Lo tenernos mas o menos como una meta. Yo siempre he dicho con los compafteros: i,por que no vamos comprando poco a poco los materiales? Pam asi irteniendo la primera parte;pero nose puede. Entonces yo quisiera que sea grande, este terreno es propio. /.Que mas? Quisiera que sea mas acogedor, mas **de**.

Entrevista al Coordinador General: Marcos Pérez Mayhua - 48 años

1. ¿Cómo se inició la radio? ¿Desde qué año te involucraste activamente con ella?

Hablar un poco de la emisora sería hablar un poco de años anteriores. En el año 80 había la necesidad de comunicarse, las comunidades de Carabaya quedan muy distantes una de otra. Entonces, este trabajo empezó más que todo con la Iglesia, en un momento salía en altavoces; se ponían los programas y hablábamos por altavoces en la plaza; los llamados, las noticias, los horarios. Mucha gente empezó joven, después llegaron unos voluntarios de Francia laicos que también trajeron unos parlantes, de ahí se empezó a publicar revistas en Carabaya, y también había la necesidad de formar jóvenes. En ese entonces teníamos una radio amiga que era radio Onda Sur de Puno, en donde muchos hemos tenido la oportunidad de participar como corresponsales, y así sucesivamente se fue formando esta emisora. Entonces vino un sacerdote, el padre Bernardo Majournal de Francia, que lo vio una prioridad y buscó una estación arriba con sus compañeros. Al inicio se puso una antena. Había otros compañeros que estaban acá, yo había salido de Macusani por motivos de trabajo; y así se comenzó con FM, para luego sacar en AM. Y ya van 23 años que estamos en servicio, se armó mucho con el apoyo de los amigos de Europa. Con algunos mantenemos el contacto, pero el problema es que el equipo está un poco debilitado, pero sí, cuando conversamos siempre están disponibles.

Personalmente yo llego a la parte administrativa en el año 2008, me invitan para que yo pueda ser el director de esta radio. La labor fue como la de un presidente, la administración con autonomía para cambiar programas, ver la forma, todo eso. Y ahí me quedé 2 años por lo menos, un año más me quede viendo la parte económica, y ahora 3 años que estoy como presidente, viendo la situación legal de la emisora, la parte administrativa, económica.

Antiguamente la emisora estaba muy relacionada a la Iglesia, funcionaba al lado de la parroquia del templo. Después hubo cambio de obispo, el padre francés con sus voluntarios europeos; eran personas muy comprometidas, y hubo un cambio en la Iglesia. Enviaron personas de otras orientaciones y ya no podíamos estar ahí, porque no les gustaba el trabajo de la emisora. Nos dieron por un momento un localito atrás, pero después tuvimos que comprar el terreno. Porque esta emisora no la asumía la parroquia, sino una asociación, la Asociación Juan Bautista, que también creó una casa-hogar. No podíamos permitir que la parroquia coja la emisora, y la asociación tuvo que independizarse un poco. Ahora ya no tenemos ninguna influencia con la Iglesia como institución. Aunque a veces transmitimos la Semana Santa, las fiestas patronales, cosas así; pero no hay una relación directa. Entonces la asociación vendría a ser la razón social de la emisora.

2. ¿Cómo calificas actualmente a la radio? ¿Ha cambiado mucho desde que el Padre Bernardo ya no está?

No creo que nos hayamos alejado de nuestros orígenes. Quizás sería la situación de que en un momento llegó la competencia. La gente tiene bastante economía y prefieren una emisora que está más cerca quizás, porque la nuestra está un poco más alejada del centro del pueblo; podría ser eso. Pero aún eso, siempre tratamos de mantenernos bien. Es cierto que tenemos problemas con los equipos, ya tantos años y no hemos podido renovar mucho. Casualmente es difícil conseguir apoyo de Europa. Justo tenemos un amigo que es francés nacionalizado peruano y él es el que nos presta ayuda. Con la situación del padre Bernardo, él dejó familiares y amigos que nos visitan, nos apoyan.

3. ¿Se trata de un apoyo regular o esporádico?

Ahorita, por ejemplo, tenemos un apoyo para el equipo de prensa y el cuidante, y es casi regular.

4. ¿Y ante la Sunat ustedes como figuran?

Como asociación religiosa de categoría 3, lo cual no nos exonera de nada.

5. ¿La sigues clasificando como comunitaria o es de un grupo específico?

Yo veo que el objetivo principal de la radio es dar servicio, siempre se hablaba de un servicio para la población. Hoy en día mantenemos eso. Mantenemos ese espíritu comunitario, claro que tenemos un poquito más de ingresos, porque los necesitamos para pagar servicios. La calificaría como un servicio comunitario, creo que se mantiene. Tenemos programas que aportan algo, gente que lo hace gratis para las organizaciones sociales como las rondas campesinas que tienen sus comunicados gratis, sus avisos gratis, viendo siempre la economía de las personas. Si se tiene también que buscar alguna ayuda de solidaridad, si se le roban o está enfermo, hacemos una campaña de recolección de comida o víveres.

6. ¿Cuáles son los rubros fijos que se deben cubrir en cuanto a gastos? ¿Cómo costean esos gastos?

La luz, los celulares que tenemos varios, el teléfono fijo, el internet modem, el pago a un personal de la secretaría, el cuidante; esos son gastos fijos. Al resto de locutores se les da una especie de propina, a todos se les da una especie de 30 soles. Es cierto que en los primeros años ha sido mucho el ad honorem, desde que llegó la carretera transoceánica, la gente empezó a ver más por su economía.

7. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades de la radio a lo largo de los años?

En el camino nos hemos encontrado con muchas dificultades, sabiendo que era la única emisora AM de la provincia tenía mucha audiencia, pero me he encontrado con una gran sorpresa: que la emisora tenía deudas con Sunat, tenía deudas con el Ministerio de Transportes... así que ha sido un poquito difícil ¿no? Y también casualmente me doy con la sorpresa que la licencia estaba vencida en el 2007, meses antes que yo asuma. Otras personas estaban a cargo, y hemos tenido que tropezar con la economía, pagar las deudas al ministerio, Sunat, y a la fecha está casi arreglado.

8. ¿Y no han intentado conseguir un apoyo externo adicional?

Sí, en un momento sí. El problema es que hay una pequeña dificultad con la población. El terreno en que está, la pampa, donde está la planta; que es un terreno extenso que ha donado la comunidad, lo quieren recuperar.

9. En el lado de los locutores de noticias ¿ellos opinan mientras conducen el programa?

No, en el momento no, porque antes sí se hacía un comentario. Ahora el conductor no lo hace, solo hace lectura, y llama gente para hablar sobre el tema. Se podría de ser que dentro de los programas tratamos de ser independientes.

10. En general ¿al público le gusta participar?

Sí, viene a participar. En los comunicados de gente que viene hablar de quecha, español, todo.

11. La población nos habló bastante en relación a que la comunidad puso de su dinero para que la radio crezca y ahora pertenece a un grupo reducido ¿no han intentado probar con un poco más de participación en general?

Ha habido algunos problemas con la población. El padre Bernardo siempre querían que la gente participe con algo, y cuando él nos dejó nunca se aclararon bien esos aportes. Con todos los aportes creo que se hace algo de 50 soles. Y, entonces, a veces hay cierta dificultad con eso. En contrapartida el padre Bernardo ha hecho poner agua potable, construir casas de madres; el problema es que la gente a veces no quiere reconocer.

12. ¿Hay alguna persona llevando la contabilidad de la radio?

Actualmente tenemos un contador externo que nos ayuda con la contabilidad. Para ver cuánta plata tenemos, hacer la declaración anual. Y así estamos, intentando cumplir siempre.

13. Del 100% de los oyentes ¿qué porcentaje crees que La Voz del Allincapac está cubriendo actualmente del público? ¿Y qué tanto se encuentra más apegado a la competencia (radio Altura)?

Altura se formó con un personal que casi en su totalidad fue formado acá. El dueño tenía programas acá, después se alejó, tuvo una función edil y se armó para lo que eran campañas políticas con un fin más lucrativo, más comercial; por ejemplo, ellos transmiten muchos mensajes de los curanderos, que siempre el fundador nos dijo que no los quería acá, aunque sí estuvieron, todos ellos se han pasado a Altura; nos queda uno que es un cuarto de hora y no los podemos sacar. Pero una radio como nosotros que busca la honestidad, la sinceridad, no está bien visto. En un momento dijimos ¿qué hacer? Si eso nos da plata para sobrevivir

Yo creo que un 40% se ha ido a la competencia. Es bastante, hay que ser sincero. Aunque muchos me dicen: “acá llega Altura, pero escucho Allincapac por la veracidad que puede haber como emisora”. Juega mucho también el recuerdo del parque, influye bastante que es una emisora para el pueblo. Es por eso quizás.

La comparación más la están haciendo en el noticiero. Por lo menos, con las personas que están manejando abajo, la gente cree que solo buscan intereses. Como personas ya perdieron un poquito de credibilidad. Ya se conoce una posible posición política en eso, hay intereses. Nuestra ventaja son los años, no cambiar mucho nuestras ideas de acá para allá. La gente sabe que Allincapac los formó y ellos se fueron, se llevaron todos los archivos, la música, todo.

Hay problema también que se cruzan las radios, la señal nuestra con la de ellos a veces se cruza. La repotenciación es importante, porque ahora estamos con dos kilos y medio, lo ideal es llegar a 5 kilos.

14. ¿De qué forma piensas que la radio colabora con la población?

Sería el servicio a la disponibilidad dando la cobertura necesaria. Aquí si hay que ser sincero

15. ¿Qué porcentaje de tu tiempo lo ocupa la radio? ¿Y qué es lo que hace que continúes aquí?

El porcentaje sería casi el 50%. Y ¿qué me motiva? Me motiva quizás al conocer a las personas; muchos de los que estamos desde las altavoces, desde ser corresponsal algunas veces, seguir unos talleres, luego ser como miembro de asociación, por lo menos a mí me tocó la parte más difícil por los problemas económicos que te decía. Justo antes de que falleciera Bernardo lo habíamos visitado, conversamos con él, nos dijo que nos conoce hace un tiempo y quería que esta radio no se muera, sabiendo en que manos podía caer. Porque hay gente en la asociación que nunca han hecho nada de esto, lo ven más algunos como que sea una empresa, nosotros no lo vemos como na empresa. Entonces es eso, el compromiso con Bernardo, y estar en la parte administrativa.

16. Y las personas que te apoyan ¿han venido por la motivación que tú has tenido hacia ellos? Por ejemplo, ¿Leonor cómo ha llegado?

Ella está también mucho tiempo acá. Está desde la fundación de la radio. Hay gente que está por mucho, mucho tiempo. Eso un poco motiva, el trabajo que hizo Bernardo aquí y en otras provincias. Y es cierto que no podemos darlo al 100% nuestro tiempo, ese es el problema. Cuando

tú eres presidente, el presidente no tiene propinas, es ad honorem, si podría llamarlo así. Es corazón.

17. Por último ¿qué esperas para el futuro de la radio? A inmediato y largo plazo.

Inmediato sería una pequeña reorganización para llenar los vacíos que tenemos ahorita, ajustarlos, no sé tampoco con qué medio, qué hacer. En el futuro, mantener la sintonía, retomar el primer lugar. Porque es importante la competencia, y eso lo comento con los compañeros: no nos hemos preparado para la competencia, creemos que somos los únicos por tantos años, no pasa nada, nuestra gente va a estar con nosotros, y llegó la competencia. Queremos asumir los retos: capacitar a algunos locutores, tocar puertas a algunos amigos.

18. ¿Por qué alguien querría ser capacitado y colaborar aquí? ¿por vocación?

Por vocación de hacer llegar mensajes, porque acá no estamos en la capacidad de pagarles como creo que sí hace Altura.



Anexo 2:

Cuestionario

Hola, estamos realizando una encuesta para conocer los gustos de la población sobre las radios en Macusani y, específicamente, sobre la radio La Voz de Allincapac. Muchas gracias por tu tiempo.

Hombre

Mujer

Entre los 12 y los 20 años

Entre los 21 y los 33 años

Entre los 34 y los 50

De 50 años a

más

1. ¿Con qué frecuencia escucha radio?

Diariamente

Dos o tres veces a la semana

Una vez a la semana

Cada 15 días

Una vez al mes

2. ¿Suele escuchar la emisora "La Voz de Allincapac"? ¿Por qué? (Si su respuesta es NO, esta encuesta ha finalizado.

Muchas gracias)

Si

No

3. ¿Con qué frecuencia?

Diariamente

2 o 3 veces a la semana

1 vez a la semana

Cada 2 semanas

1 vez al mes

4. ¿Qué programas son los que más le agradan de esta radio? ¿Por qué?

Noticieros

Musicales

Comunicados

Diálogo

Pastoral

Aler

5. ¿Hay algo que no le agrada de la emisora? (Marcar solamente 1 o 2) ¿Por qué?

La música

Las noticias

Los diálogos

Los locutores

El bloque de ALER

El bloque pastoral

Los comunicados

6. ¿Cree que la emisora contribuye al desarrollo de la comunidad y a la educación de su familia? ¿De qué forma?

Si

No

7. ¿Siente que a la radio le hace falta algo o está bien así?

Le hace falta algo

Está bien así

8. Si respondió que le falta algo, ¿qué cree que le falta? ¿Qué sugerencia le haría?

Mejores locutores

Más programas educativos

Horas de música:

Más

Menos

Programas de diálogo o comunicados:

Más

Menos

Otra

¡Gracias!

Esta encuesta se ejecutó entre el 19 de marzo de 2014 y el 25 de marzo del 2014.

