

# Radio Stereo Villa en la construcción de ciudadanía en Villa El Salvador. Análisis de los programas de opinión.

*Elizabeth Morote Collado\**

## *1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA*

Radio Stereo Villa es una radio popular y comunitaria que forma parte del Centro de Comunicación Popular y Promoción del Desarrollo de Villa El Salvador CECOPRODE-VES, que desde la década del 80 viene transmitiendo en Villa El Salvador. Esta emisora fue la primera FM de Lima Sur que ha permitido a la comunidad tener un medio de expresión a través del cual llegar a todos los distritos aledaños. En su portal web<sup>1</sup> mencionan que tienen una programación que promueve la información veraz, el análisis crítico, el entretenimiento, los valores humanos y la promoción de la cultura. Entre sus ejes temáticos destacan:

- Entretenimiento y buen uso del tiempo libre.
- Promoción cultural en todas sus manifestaciones.
- Participación ciudadana y gobernabilidad.
- Democracia y descentralización.
- Educación en valores: solidaridad, justicia, compromiso, responsabilidad, tolerancia,
- Derechos Humanos, con énfasis en Derechos del Niño y del Adolescente.

---

\* Ganadora del Segundo Puesto en la categoría Proyecto de Investigación elaborado para la asignatura Metodología de la Investigación (octavo semestre) a cargo de la profesora Ana María Cano

1 Portal web de Radio Stereo Villa <http://www.stereovilla.pe>

“La ciudadanía es el conjunto de derechos que tienen las personas como sujetos y los deberes que de ellos se derivan” (www.mujiereisenred.net). Es decir, es el derecho y deber de ejercer acciones que involucran a una sociedad; participar desde la sociedad y para la sociedad con el conocimiento de estos derechos y deberes ciudadanos. Ser ciudadano es tener desarrollado el sentido de identidad y pertenencia al lugar donde se interactúa socialmente, en el hábitat donde se desenvuelven los individuos con responsabilidad, derechos y obligaciones.

La acción ciudadana debe tener el principal objetivo de mejorar el bienestar común, por lo tanto, la ciudadanía plena de todos los ciudadanos es imprescindible para el buen funcionamiento de una democracia (Frei Universität Berlin).

Ante esta situación, la radio se impone como medio de construcción ciudadana, ya que es un espacio en el que los ciudadanos conocen sus derechos, se educan ciudadanamente y tienen la oportunidad de participar, puesto que por otros canales no pueden hacerlo, por ejemplo en los poderes del Estado.

Los medios constituirían así un espacio público único al que además los gobernantes temen. Y es en ellos donde hoy es posible ejercer la participación ciudadana.

Por otro lado, la teoría de radios comunitarias nos dice que uno de los objetivos es ser articuladora del tejido social y servir como punto de encuentro entre Estado y los ciudadanos, generar debates, brindar información, para contribuir a que los oyentes tengan opinión propia.

Radio Stereo Villa cuenta con programas de opinión en los que se tocan temas de corte político y social; estos son: ‘Cuestión de Estado’, ‘Encuentro’, ‘Elección Decisiva’, ‘InfoSur’ y ‘Agenda Abierta’. Por lo tanto, analizaré estos programas desde el discurso. Vale aclarar que antes no se han realizado investigaciones sobre esta emisora, por lo tanto resulta interesante estudiar los programas mencionados y analizar sus características para establecer en qué medida se configuran como promotores de ciudadanía en Villa El Salvador.

## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

### 2.1. Pregunta de investigación

¿La oferta programática de Radio Stereo Villa contribuye en la construcción de ciudadanía en Villa El Salvador?

### 2.2. Objetivos

- Objetivo Principal
  - Identificar el aporte en la construcción de ciudadanía que propone la oferta programática de Radio Stereo Villa.
- Objetivos específicos
  - Establecer si los contenidos de los programas ‘Cuestión de Estado’, ‘Encuentro’, ‘Elección Decisiva’, ‘InfoSur’, ‘Puntos de Vista’, ‘Juntos por la Verdad’ y ‘Agenda Abierta’ configuran un discurso orientado al fortalecimiento de la ciudadanía.
  - Comparar los siete programas de Radio Stereo Villa, en relación con su aporte al fortalecimiento de la ciudadanía en el público oyente.

### 2.3. Justificación

La curiosidad por investigar radios comunitarias empezó en el 2011, cuando hice un viaje a Trujillo para conocer Chami Radio, una radio comunitaria en Otuzco. Me fascinó la idea de crear contenidos de radio para los pobladores de la comunidad, abordar temas que a ellos realmente les importaba, evangelizar desde la radio, crear radionovelas con historias de la zona, entre otros contenidos de impacto en la ciudadanía. Fue una gran experiencia que sirvió de base para realizar un análisis de los enfoques y estrategias de comunicación utilizadas en Chami Radio. Asimismo, llevé cursos de desarrollo y radio, los cuales fueron claves para la investigación, pues a partir de ellos logré fusionar los temas que me apasionan: la radio y el desarrollo.

Así, la presente investigación tiene como objetivo dar a conocer la construcción del discurso de la oferta programática de Radio Stereo Villa, con el fin de fortalecer los derechos ciudadanos. Al mismo tiempo identificar

y hacer un reconocimiento a los actores sociales de Radio Stereo Villa por el valor que le dieron y por creer en esta causa común.

Es un estudio importante y valioso, puesto que es la primera investigación que se realizará de esta radio comunitaria ubicada en el cono sur de Lima. Asimismo, son pocas las investigaciones que han cruzado estas dos grandes categorías: radios comunitarias y construcción ciudadana.

De esta manera, este trabajo pretende ser el inicio de una investigación más valiosa y rica en contenidos para más adelante poder realizar una tesis que incluya la perspectiva e incidencia en la población. Finalmente, esta investigación enriquecerá el conocimiento de las personas estudiosas del tema de radios comunitarias y todo el público en general.

### *3. MARCO CONTEXTUAL*

La radio, el medio que llega a más personas en el Perú, se ha convertido en el que informa, integra, educa y trasciende en los oyentes. Al mencionar la palabra 'radio', lo más probable es que pensemos en las radios comerciales, las que ocupan el 82%, como señala el más reciente informe de CONCORTV (2013), y no a las alternativas que hacen un mayor esfuerzo para elaborar sus contenidos puesto que tienen objetivos diferentes -y son más altruistas- que las de carácter comercial. De esta manera, investigar las radios alternativas exige un recorrido por su historia y las primeras etapas que fueron base para su futuro fortalecimiento. Resulta importante investigar el tema de las radios alternativas para hacer un análisis crítico y dar a conocer la historia de estas radios que son poco conocidas, pero tienen mucho por contar.

Según la Ley de radio y televisión N° 28278 los servicios de radiodifusión se clasifican en:

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

mento de la educación, la cultura y el deporte, así como la formación integral de las personas. En sus códigos de ética incluyen los principios y fines de la educación peruana. Las entidades educativas públicas, sólo pueden prestar el servicio de radiodifusión educativa.

**c) Radiodifusión Comunitaria:** Es aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.

Como se ha mencionado anteriormente, el último informe de CONCORTV indica que el 82% de radios son comerciales, el 18% son educativas, mientras que el 0% son comunitarias. Lo curioso es que solo una radio tiene licencia de comunitaria y está a nombre de una persona, mas no de una comunidad.

67

### *Primeros pasos de Radio Stereo Villa: El Centro de Comunicación Popular*

En 1974, tres años después del nacimiento de Villa El Salvador, se funda el Centro de Comunicación Popular, hoy llamado CECOPRODE-VES. La historia empieza cuando un grupo de profesores de primaria y secundaria del colegio Fe y Alegría, junto a padres de familia y estudiantes, tienen la idea de crear dicho Centro como espacio cultural para los jóvenes y al mismo tiempo como voz ciudadana.

La vida del Centro comienza con la creación de la biblioteca y la implementación de talleres de música y teatro, organizados por los mismos profesores. Más adelante se organizaron otros talleres como el de audiovisuales, fundamental para el origen de la radio.

En la década de 1970 los objetivos del Centro de Comunicación Popular estaban orientados a organizar, movilizar y generar participación. Fueron objetivos realizados, ya que lograron una fuerte movilización social en busca de mejores condiciones de vida.

Los primeros equipos humanos del proyecto comunicacional estuvieron marcados políticamente y tuvieron el ideal de lograr acceso al poder para

mejorar la calidad de vida de los pobladores. Es así como los dos primeros alcaldes de VES fueron presidentes del Centro de Comunicación: Michel Azcueta y Johnny Rodríguez.

Para 1980 el Centro de Comunicación Popular dio gran apoyo a la constitución del distrito. Los primeros dirigentes de los movimientos sociales, miembros del Centro de Comunicación, organizaron la gran marcha para convertir VES en distrito. Anhelado alcanzado el 1 junio de 1983<sup>2</sup>.

En 1984 se generaron nuevos talleres: cine, video y radio. El taller de cine logró conseguir películas de corte social donadas por las embajadas, las que eran proyectadas gratuitamente en cada zona. Por otro lado, el taller de video apostó por las filminas<sup>3</sup>, mientras que el de radio inició con la idea de las bocinas populares que cada zona tenía y usaban para convocar asambleas, diferentes actividades y música. Así, el Centro de Comunicación Popular coloca un altoparlante para que los jóvenes produzcan y emitan sus mensajes, lo que más adelante serían programas de radio. Este primer acercamiento a la radio hace que el Centro le hable a sus zonas, hace que sus voces se escuchen, que sus actividades sean noticias y que sus vidas hagan historia.

Desde la experiencia de los talleres, se plantea la necesidad de tener un medio de comunicación masiva, por lo que los dirigentes del Centro de Comunicación Popular empiezan a preparar el expediente para tramitar ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones una licencia de radio con el apoyo de recursos de la cooperación internacional. Una gestión que les tomó tres años.

### *Formación de Radio Stereo Villa*

Con el apoyo de la ONG española Manos Unidas lograron financiar la primera infraestructura de la radio en 1989. Mientras se lograba este apoyo, los años previos sirvieron para consolidar los grupos de producción, quienes se capacitaron en otras emisoras donde alquilaban espacios para hacer programas.

---

2 El Presidente de la República, Arquitecto Fernando Belaunde Terry, firma el Decreto Ley 23605, de creación del Distrito de Villa el Salvador.

3 Con temas que los mismos talleres organizaban y definían, por ejemplo: nutrición y salud. Programaban sus guiones y los proyectaban con equipos donados por embajadas.

El 13 de julio de 1990 sale al aire la primera señal de Radio Stereo Villa en los 102.5 FM, emisora cultural educativa dirigida por el Centro de Comunicación Popular con una programación básicamente informativa y musical.

### *Cambios y limitaciones: del apoyo internacional al autofinanciamiento*

Radio Stereo Villa tenía claro que el apoyo de la cooperación internacional solo era por tres años, por lo que tenía dos caminos: hacer de la experiencia sólo una práctica piloto o continuar con aquel proyecto, que les daba satisfacciones *democráticas y participativas* que eran necesarias para Villa El Salvador por el contexto en que se vivía. Fue en ese momento cuando se empezó a considerar el autofinanciamiento, sin perder su identidad, principios ni visión social por la comunicación popular. Un gran cambio para la radio que consolidaría más adelante.

En la década de 1990, uno de los momentos más difíciles del país, Radio Stereo Villa asume su labor y demuestra su compromiso con la defensa de los derechos humanos. Lamentablemente, a causa de un coche bomba la primera instalación de la radio queda destruida.<sup>4</sup>

En 1993 VES pasó por una etapa muy difícil y problemática, Francisco Ticona, ex director de Radio Stereo Villa, se refiere a esta época como 'la historia negra de VES' cuando habla del señor Jorge Vásquez Torres quien fue elegido Alcalde del distrito pero que al desconocer la historia de VES, atacó a los que consideraba no eran sus amigos.

La radio recibía toda la demanda social y expresaba a través de sus programas el rechazo ciudadano a este gobierno. Al ver esto, Vásquez trata de censurar los medios y manda cerrar la puerta de la radio. Después de varios meses de protestas y denuncia de los regidores, la comunidad y sus organizaciones, el Poder Judicial ordenó la detención del alcalde, bajo los cargos de malversación de fondos y peculado en agravio de la comunidad (Historia de Villa El Salvador, s.f).

---

4 El 8 de abril de 1992 Sendero Luminoso hace estallar un ómnibus cargado de dinamita frente a la Comisaria de Villa El Salvador. En el acto cae abatido el Mayor Policía nacional Guillermo Percovich Cisneros. Los daños físicos alcanza a la emisora Stereo Villa, las instalaciones del Municipio y de la Universidad Libre, así como viviendas y colegios. Véase <http://www.munives.gob.pe/VillaElSalvador/historia.asp>

Este periodo sirvió a Radio Stereo Villa para identificar claramente cual era el sentido del medio, el valor social que la población le da y la conexión con los ciudadanos, especialmente los que no están organizados. Radio Stereo Villa comprende que esa comunicación social debe ser una tarea permanente.

Una vez que el apoyo internacional cesó, necesitaron ingresos para sostener la radio, por lo que decidieron incorporar el sistema de ‘autofinanciamiento’. Dieron la oportunidad a diversos actores sociales para ser escuchados al aire. Éstos aportan para el sostenimiento de la emisora, sin que la radio renuncie a sus propios programas y su enfoque social. Aproximadamente son veinte años que la radio sigue con esa estrategia y ha ido creciendo ya que ahora hay un equipo de producción que mantiene la programación con programas propios, programas contratados y programas en coproducción, que la emisora cede después de una evaluación en conjunto que se hace con los miembros de la radio. Siempre manteniendo la idea de ser una radio educativa, popular y comunitaria.

Cuentan con programas de diferentes líneas políticas para tener una expresión plural. Todos los partidos políticos pueden tener programas, estableciéndose así como un espacio democrático. Esta nueva estrategia los favoreció ya que pudieron equipar mejor la radio, ofrecer mayores comodidades y convertirse en radio líder de Lima Sur.

### *Una nueva mirada de la radio comunitaria de hoy. ¿Cuál es la propuesta de Radio Stereo Villa?*

Ya en los 90 comprendimos que nuestra lucha por una comunicación local no es solamente nuestra, sino de otros también, así somos parte de AMARC, ALER y de CNR. En los últimos 13 años, hemos estado promoviendo una comunicación que sea popular, alternativa, una comunicación que eduque, que aporte a la cultura política, social y comunicación ciudadana, donde todos y todas podamos ser parte de los medios de comunicación (Ticona, s.f).

A partir del 2000 se fortaleció la estrategia de sostenibilidad y se constituyó la línea de trabajo: informativo, análisis y debate ciudadano. Empezaron a llegar practicantes de comunicación y periodismo que apuestan profesionalmente por esta labor.

Hoy en día, Radio Stereo Villa (101.7 FM) cuenta con una programación informativa y musical de lunes a domingo. Entre sus ejes temáticos destacan: Entretenimiento y Buen uso del Tiempo libre; Promoción Cultural en todas sus manifestaciones; Participación Ciudadana y Gobernabilidad; Democracia y Descentralización; Educación en valores y Derechos Humanos.<sup>5</sup>

Radio Stereo Villa tiene el objetivo de promover la libertad de prensa, de expresión, de comunicación, la defensa de derechos humanos, la dignidad humana, el cuidado del medio ambiente, la comunicación participativa, horizontal y ciudadana.

El nuevo reto está en generar más participación, pero una participación que promueva propuestas. Tratando de que los oyentes participen activamente y a la vez generen soluciones a los problemas descritos en las denuncias, y así se conviertan en audiencia proactiva.

A pesar de estar limitados técnicamente por solo contar con 150 watts de potencia, hace poco tiempo han instalado un sistema computarizado que les permite transmitir a través de su portal web la programación en vivo mediante Ustream.tv. Con estas nuevas tecnologías se han roto las barreras geográficas y todas las personas que cuenten con internet pueden acceder a la programación en vivo desde sus casas.

Por último, vemos cómo una radio que tuvo cambios en el camino por el contexto, pudo sobrevivir y hacerse más fuerte aún para seguir luchando en defensa de los DDHH y ser un medio de comunicación para los menos favorecidos. Así, concluimos que una radio que no tenga el permiso que diga “radio comunitaria” no significa que no sea comunitaria, puesto que son los propios objetivos de la radio los que la definen. Que tenga publicidad no quiere decir que sea comercial, pues es una radio que va dirigida a la comunidad y vela por los demás. Así también, la pluralidad de voces que ofrece la radio es base para el fomento de una verdadera democracia.

### *Programación*

Radio Stereo Villa cuenta con el 30% de programación informativa, de opinión y educativa, mientras que el 70 % es musical. (Ver Anexo 1)

---

5 Portal web de Radio Stereo Villa <<http://www.stereovilla.pe/>>

- Programas de opinión a analizar
  - **InfoSur:** Noticiero de lunes a sábado, conducido por Israel Lozano y Carlos Soto. Cuenta con un bloque de 15 minutos llamado ‘Participación Ciudadana’ en el que las personas realizan llamadas.
  - **Encuentro:** Programa contratado por Luis Flucker, con filosofía de comunicación popular que sirve para promocionar las obras que se está haciendo en la municipalidad. Programa pro-municipio. Es la antípoda de ‘Cuestión de Estado’.
  - **Cuestión de Estado:** Programa propio de la radio, es autónomo en su producción, a veces tiene una agenda de vigilancia al municipio y de denuncia a hechos de corrupción. Conducido por Alexis Chevez.
  - **Puntos de Vista:** Programa de opinión conducido por Israel Lozano y Alexis Chevez. Producido por Carlos Soto. En el programa se abre un tema y a partir del tema se dan dos puntos de vista diferentes. Se contraponen las partes haciendo debates con invitados. Los conductores moderan el debate.
  - **Agenda Abierta:** Programa de opinión contratado por Jaime Zea (exalcalde), toca temas de problemática social, discrepa con lo que está haciendo la municipalidad. Tiene un trasfondo político electoral.
  - **Elección Decisiva:** Conducido por Elvis Espinoza y José Chancara. Este programa también toca política local, pero abre su agenda también a los distritos de San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo. Trabajan con invitados como dirigentes de los asentamientos humanos, presidentes sectoriales, entre otros.
  - **Juntos por la Verdad:** Programa conducido por Silvia Pareja, presidenta del programa social vaso de leche de Villa El Salvador; se centra en temas de política local.

#### 4. MARCO TEÓRICO

##### *Aproximaciones sobre radios alternativas*

La radio alternativa es definida por Geerts y Oeyen (2001) como una oferta diferente a los medios comerciales que busca usar los medios para lograr ‘algo más’ que una ganancia y expresar discursos específicos que no son atendidos por los medios imperantes. Aporte clave de Peppino (1999, p. 33) es que estas radios “*trascienden el propio medio al representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos*”

Entrando a los diferentes modelos de radio, Villamayor y Lamas (1998) indican que la misión de la radio ciudadana se relaciona directamente con el ejercicio de derechos ciudadanos, ergo buscan construir ciudadanía. Asimismo, se refieren a los medios comunitarios como “espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces, se defiende la diversidad cultural y se muestran desigualdades”. Por otro lado, Peppino (1999, p. 35) afirma que la radio popular “*trata de constituirse en un espacio democrático y participativo, donde los sujetos tradicionalmente excluidos de la toma de decisiones puedan colaborar directamente en la creación de formas nuevas y contenidos innovadores de acuerdo con el mismo proceso de cambio social que propician estas intenciones*”. Mientras que las radios educativas son las que persiguen fines educativos, principalmente surgen de la Iglesia Católica y están agrupadas en la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Comparto las ideas con los autores mencionados anteriormente y, al mismo tiempo, sugiero que una vez que la radio no es comercial, automáticamente se convierte en alternativa. Dentro de esta radio alternativa surgen diferentes modelos y enfoques de hacer radio, como las educativas, ciudadanas, comunitarias, populares, etc. Vale aclarar que una misma radio alternativa puede tener diferentes modelos, los cuales no son excluyentes. Asimismo, los autores citados coinciden en que cada modelo de radio tiene características específicas que las definen. En mi opinión cada radio se define a sí misma en la medida en que sus acciones sean coherentes con los objetivos que expone. No es necesario pertenecer a una asociación o tener una etiqueta para ser una radio alternativa.

##### *Ciudadanía y medios de comunicación*

La ciudadanía, tema fundamental de la presente investigación, tiene diferentes enfoques que van de la mano con la participación cívica.

O'Donnell (2003) se refiere a ciudadanía como 'portador de derechos', mientras que Winocur (2002) da una mirada más amplia al término:

el ejercicio pleno de la ciudadanía se concibe como la participación activa en distintos proyectos y organizaciones culturales y sociales, la recuperación de protagonismo en la gestión municipal, y la capacidad de concertar con *otros* el tipo de uso y la distribución de los espacios públicos (p. 95).

Lo propio de la ciudadanía hoy es el hallarse asociada al 'reconocimiento recíproco', esto es al derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa ... en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como colectivo, en el de las mayorías como de las minorías (Martín Barbero, 2001, p. 30).

Al parecer hay un desplazamiento del interés ciudadano que se va desde lo político para instalarse en el ámbito social. Lechner aclara que este desplazamiento del interés ciudadano desde el sistema político hacia la trama social no debe ser confundido con una despolitización.

La política no residiría únicamente en las instituciones formales sino también en la trama formal al alcance de la experiencia concreta de cada persona. En este sentido puede hablarse de una 'ciudadanización de la política': la recuperación de la política como una capacidad propia de los ciudadanos (Lechner, 2000, p. 8).

Winocur refiere que se trata de una construcción teñida de múltiples referentes políticos, pero fundamentalmente anclada en la localidad y en las relaciones más próximas; así ser un buen ciudadano en muchos sectores implica básicamente ser un buen vecino.

La participación cívica es definida como un proceso:

relativamente espontáneo y autónomo y sobre todo cuando nace desde abajo, de los propios ciudadanos y tiende a influir sobre los detentadores del poder político (Pasquino, 1996, p. 183.).

Para Fernández-Llebrez, es un tipo de participación que emana de la sociedad civil, que requiere de establecer cierta conexión entre sus propias motivaciones y las del conjunto de la comunidad. Es decir, una participación que se hace desde un grupo organizado que tiene objetivos comunes.

Así, también, Fernández-Llebrez aclara que la dimensión cívica de la ciudadanía puede darse de muchas maneras. Refiere que la ciudadanía no es igual a la ciudadanía cívica, puesto que esta última está comprometida con lo público y tiene participación cívica.

Para que la ciudadanía se convierta en ciudadanía cívica es preciso que actúe como un interlocutor válido; esto es, que busque la transformación de mecanismos y dinámicas de expresión de la arena pública (Fernández-Llebrez, 2012, p.46)

75

La ciudadanía vista más como un conjunto de derechos y obligaciones con relación al Estado, se debería ver como una práctica:

un modo específico de aparición de los individuos en el espacio público, caracterizado por su capacidad de reivindicar su derecho a tener derechos y de constituirse como sujetos de demanda y proposición en diversos ámbitos vinculados con su experiencia (Córdoba, 2008, p. 6).

Actualmente, la mayoría de ciudadanos se remiten al voto para considerarse como tales, sin embargo, se necesita reconocer la importancia de lo que es realmente la ciudadanía y cómo se desarrolla en las personas. Es importante resaltar que uno de los grandes retos para la ciudadanía que propone Delgado (2005) es que, nosotros como ciudadanos, debemos comprender que todos somos artífices del cambio, puesto que la gente siempre se dirige al Estado como sinónimo de gobierno, sin asumir que todos hacemos el Estado, que el Estado es la sociedad jurídicamente organizada, y mientras no nos sintamos parte de ella no podremos ser artífices del cambio.

Comparto la idea de Zukernik, al expresar que existe crisis de representación de los medios.

En América Latina hay crisis en el sistema representativo. Hay una apatía generalizada de la sociedad civil en relación a la sociedad política y a una pérdida relativa de credibilidad en algunas instituciones estatales (Zukernik, 2008, p. 156).

Hoy en día, la influencia y credibilidad que tienen los medios de comunicación masiva sobre la política es indiscutible. “Los medios se constituyen en actores capaces de movilizar y/o activar políticamente a la sociedad en una fracción de tiempo que a otro actor le sería imposible” (Zukernik, 2008, p. 159).

Los medios de comunicación, en Latinoamérica, impactan en el desarrollo democrático; es decir, tienen capacidad por sus tradicionales y nuevos roles para fortalecer o debilitar la calidad democrática de una sociedad (Zukernik, 2008, p.160).

Se afirma que la ciudadanía se ha desplazado de la plaza pública a los medios.

Las narrativas radiales, particularmente en los noticieros, comparten, recrean y proyectan un imaginario sobre la ciudad, las relaciones sociales y la visión de los otros, que en cierto sentido abren y en otro cierran la perspectiva de la experiencia urbana (Winocur, 2002, p 199-200).

De esta manera podemos introducir el nuevo término de ‘ciudadanía comunicativa’ que María Cristina Mata acuñó como condición necesaria para revertir, mediante la participación de los individuos en la esfera pública y política, las situaciones de inequidad y para consolidar el sistema democrático.

Ciudadanía comunicativa, remite a derechos jurídicamente consagrados por diversos instrumentos: libertad de expresión, derecho a la información, publicidad de los asuntos públicos, etc.; a su reconocimiento por parte de quienes son beneficiarios de ellos pero, además, al ejercicio de prácticas

tendientes a garantizar su vigencia. En tal sentido, la ciudadanía es estatus jurídico, referente identitario y conciencia práctica (Mata, 2005)

El ciudadano como sujeto partícipe de la construcción y conquista de sus derechos ciudadanos. “La práctica ciudadana es, de este modo, una práctica social con efectos políticos: se dirige a cuestionar y transformar el orden social mediante la palabra y la acción en el espacio público” (Córdoba, 2008, p. 7).

Concluimos que la ciudadanía es un proceso por el cual el individuo se empodera para hacer valer sus derechos, puesto que los reconoce como suyos. Asimismo el ciudadano se apoya en sus pares para promover una mayor participación y luchar por los intereses comunes. La comunicación es reconocida como un medio y como una práctica que resulta fundamental para la construcción de ciudadanía. La comunicación nos da existencia pública y nos hace visibles antes los demás.

### *Democracia y medios de comunicación*

77

Son los medios de comunicación los que hacen que el ejercicio de la libertad de expresión se convierta en una realidad (Inter American Court of Human Rights, 1985).

Bien dice Zukernik, que la libertad de expresión tiene que ver con la expresión y socialización de hechos y opiniones y la recepción de información a través de los medios de comunicación. Esto es, poder expresar nuestra opinión libremente, sin miedo. La libertad de expresión es básica en un sistema democrático como lo afirma Robert Dahl (1991), al señalar que la variedad de fuentes de información y la libertad de expresión constituyen dos instituciones básicas en el sistema democrático.

Fernández-Llebrez define por sociedad civil democrática a “aquel espacio -no estrictamente político (en su sentido institucional), ni de mercado- de participación, plural y diferenciado, donde se puede desarrollar el tejido cívico de una sociedad a través de la puesta en escena de organizaciones, colectivos, entidades, grupos informales, redes, movimientos, ciudadanos” (Fernández-Llebrez, 2012, p. 27)

Así, también, John Dewey apoya la idea anterior señalando que

la base y la garantía última de la democracia se halla en las reuniones libres de vecinos en las esquinas de las calles, discutiendo y rediscutiendo las noticias del día leídas en publicaciones sin censura, y en las reuniones de amigos en los salones de sus casas, conversando libremente. La intolerancia, los abusos, los nombres apuntados en listas negras por diferencias de opinión en temas religiosos, políticos o económicos, y también por diferencia de raza, color, riqueza o nivel cultural, son una traición al modo de vida democrático (Dewey, 1996, p. 203).

Comparto la opinión con Dewey, la pluralidad como elemento básico para el fomento de una democracia. Castañeda agrega que la democracia no debe existir solo como 'sistema', sino como algo más complejo; es decir, como cultura. No debemos quedarnos en el fin político, al contrario el fin debería ser vivir en una cultura democrática: una democracia como forma de convivencia.

Desde un enfoque comunicativo, apuntamos a construir una cultura ciudadana y un sistema social y político basado en el libre y equitativo ejercicio de deberes y derechos ciudadanos en el marco de una convivencia tolerante, donde el equilibrio de poderes se construya desde la representación, la participación, la creación de una esfera pública deliberativa con información, diálogo y debate (Castañeda, 2005, p. 284).

De esta manera, la democracia, como forma de vida, necesita canales para llegar a los ciudadanos. Es así que los medios de comunicación son el canal principal por el que se fomenta la democracia. Zukernik afirma que en las sociedades modernas, la política y el ejercicio de la democracia son inconcebibles sin el concurso de los medios de comunicación, pero la revolución en las comunicaciones ocurrida en la era de la globalización nos obliga a revalorar el vínculo existente entre información y política. Asimismo "el papel de los medios de comunicación es vital para la salud de las democracias contemporáneas" (Woldenberg, 2003).

Mientras que en la recopilación de Alfaro (1999) se propone que los medios de comunicación se reubiquen en la perspectiva de una comunicación

ciudadana que interpele a la clase política, así como ampliar la comprensión de sus funciones y el rol que cumplen.

Los medios pueden desarrollar una política informativa que recupere la agenda ciudadana en la agenda política, vinculando democracia y desarrollo (Castañeda, 2005, p. 284)

Los ciudadanos junto a los medios de comunicación debemos ser parte de un proyecto comunicativo útil al país, promoviendo agenda pública, valores democráticos, debate, pluralidad y tolerancia.

Zukernik menciona que los medios de comunicación desempeñan un papel de importancia excepcional, algunos de los roles que menciona son:

- Los medios proporcionan espacios alternativos para la sensibilización de la opinión pública.
- En una sociedad democrática, producen información, cultura, educación y entretenimiento; contribuyen, de este modo a la formación de una cultura cívica y a la construcción de ciudadanía.
- Facilitan el diálogo y el debate entre la sociedad civil y el Gobierno.
- Educan e informan a las autoridades gubernamentales y a la opinión pública sobre los nuevos actores y los nuevos roles que aparecen en la sociedad civil.
- Facilitan la supervisión y vigilancia de la gestión.
- La colaboración de los medios de comunicación con la sociedad civil puede servir de apoyo a causas populares y prestar servicios al público, sobre todo en el plano local, donde los medios comunitarios actúan como catalizadores de la acción.
- Los medios participan con un rol central en las disputas y tensiones.

Por lo tanto, siguiendo los roles de los medios de comunicación propuestos por Zukernik, resulta interesante subrayar la importancia que tienen respecto a la democracia y ciudadanía, es así que centrándonos específicamente en la radio, se puede afirmar que cumple con los roles propuestos.

La democracia permite la expresión de la diversidad política, hace emerger la pluralidad y le da un cauce cierto, legal y legítimo, a la convivencia y a la competencia de distintas corrientes (Zukernik, 2008, p. 151).

Radio Stereo Villa vela por la democracia, siendo un medio plural ya que abre la programación a diferentes partidos políticos.

Es de vital importancia que los medios se acerquen a la objetividad. Si bien los medios están diseñados para informar, también deben crear opinión y generar diferentes escenarios para que el receptor pueda formular distintas maneras de ver el mundo y tener mayor visión global.

Se ha pasado del ejercicio pasivo de ciudadanía al ejercicio de la ciudadanía activa en el que el ciudadano exige, reclama, protesta sobre asuntos públicos. Este nuevo ciudadano muchas veces lo hace donde siente que su voz sí es escuchada: los medios de comunicación, específicamente la radio, donde hay más participación. Ciudadanía y participación como ejes clave para la democracia.

### *Agenda Setting*

Para estudiar la influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad, debemos recurrir al enfoque de agenda *setting*.

La teoría de agenda setting hace referencia al proceso de transferencia que se da desde la agenda de los medios a la agenda del público y a la agenda política. Analiza la influencia de los medios en la 'fijación' de los problemas o issues, tanto en las audiencias del público como en las agendas políticas (Zukernik, 2008, p. 162).

Existen dos formas de abordaje para los estudios que siguen el enfoque de agenda *setting*:

- Centrar el análisis en la producción de noticias.
- Centrar el análisis en el impacto de los medios en las audiencias. Se analiza la agenda que expresan las audiencias.

En este caso nos enfocaremos en el análisis desde la producción de noticias, lo cual implica centrar la atención en el establecimiento de las agendas de los

medios de comunicación (agenda *setting*), este enfoque se inició con McCombs y Shaw en 1972 y luego fue enriquecido en 1993.

Por otra parte, la agenda *building* resulta útil para estudiar la agenda de los medios cuando se enfatiza en cómo, quién y qué elementos o factores contribuyen en la construcción de la agenda.

La teoría de agenda *setting* examina tres tipos de agenda: La ‘agenda-*setting* de los medios’, la ‘agenda-*setting* del público’ y la ‘agenda-*setting*’ política. En esta investigación nos centraremos en la ‘agenda-*setting* de los medios’, como indica Zukernik es en la que se centra en la agenda de los medios (the media agenda), se ven los procesos que llevan a conformar una determinada agenda privilegiando la inclusión de unos temas y la exclusión de otros.

### *Análisis del discurso radiofónico*

La primera metodología para investigar la emisión radial fue propuesta a fines de los 70 por Miquel Moragas, quien recogió algunos elementos de la semiótica como eje de análisis. Moragas afirma que:

El conocimiento de las estructuras semióticas, de los elementos que la componen y de sus reglas de relación, nos permiten elaborar fórmulas útiles para la interpretación de los contenidos latentes y subterráneos de la comunicación. (1980, p. 269)

María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993) continuaron más adelante el análisis del discurso radiofónico. Ellas llaman ‘discurso radiofónico’ a todo aquello que se emite a través de una emisora de radio, de este modo toda la emisión radiofónica es estudiada a partir de tres dimensiones o ejes de análisis:

- La dimensión referencial se refiere a todo aquello de lo que se habla
- La dimensión enunciativa se basa en quiénes dicen y cómo se relacionan con aquellos a quienes hablan.
- La dimensión estructural se concentra en la toda la programación.

### *Dimensión Referencial*

- Temas

Es la unidad mínima para analizar el contenido de un discurso. Son los fragmentos de información referidos a un solo aspecto del referente. El tema principal es el que aparece destacado en el discurso, es decir aquel que es centro o eje del discurso.

- Temáticas

Son las problemáticas o asuntos globales integrados por los aspectos particulares del referente, es decir por los temas. Las temáticas no están nombradas explícitamente en el discurso, por lo tanto las temáticas se reconocen deductivamente.

- Fuentes

Se le denomina fuente a los productores institucionales o personales de esos otros discursos. Es importante recalcar que las fuentes utilizadas por un emisor condicionan la realidad que construye en su discurso. Pueden ser implícitas o explícitas.

- Ámbito

Es el espacio geopolítico de influencia, de los hechos materia del discurso. No es el lugar específico donde suceden los hechos, sino que es el contexto en el que se insertan los hechos. Los ámbitos pueden ser:

- Local
- Provincial
- Interprovincial o Zonal
- Nacional
- Subregional
- Regional
- Internacional

- General
- Indeterminado
- Historicidad

Es la forma en que los temas se ubican en relación al devenir histórico, al transcurrir del tiempo. Se clasifican en:

- Visiones Presentistas: no se refiere a lo actual sino al momento de ocurrencia real de un hecho.
- Visiones Retrospectivas: cuando además del presente existen referencias al pasado.
- Visiones Diacrónicas: cuando en relación a un hecho determinado existen referencias al pasado, al presente y al futuro. Cuando el texto ofrece una visión articulada de proceso temporal.

- Actores

Son los protagonistas que dan vida a la radio, donde los emisores organizan relatos, ellos representan a sujetos cuya existencia se da en el plano referencial, esto es, en la realidad empírica. Su análisis nos permite revelar detalles para reconocer la escena social que el discurso propone a sus oyentes. Es por eso oportuno señalar el rol social que representa.

Los actores están presentes en el discurso de la radio describiendo dos roles actanciales:

- Sujeto de estado: señala el estado en que se encuentra el actor, bueno o malo, pero no desarrolla ninguna acción para una transformación
- Sujeto de hacer: desarrollo una actividad para producir transformaciones en su propio estado o en el de otros sujetos.

## 5. METODOLOGÍA

- **Enfoque:** Cualitativo

La metodología que utilizaré en esta investigación será de carácter cualitativo, puesto que el objetivo principal es identificar el aporte en la

construcción de ciudadanía que propone la oferta programática de Radio Stereo Villa. Así, es necesario un método que permita interpretar y describir los datos que se desea identificar.

- **Tipo:** No experimental
- **Método:** Descriptivo
- Población (Muestra) o Corpus: Intencional

Se seleccionarán siete programas ‘InfoSur’, ‘Cuestión de Estado’, ‘Encuentro’, ‘Puntos de Vista’, ‘Agenda Abierta’, ‘Juntos por la verdad’ y ‘Elección Decisiva’.

Los programas anteriormente mencionados han sido elegidos por los siguientes motivos:

- Son programas de opinión que tienen contenido social y político.
  - Hay pluralidad de voces, lo cual nos da la posibilidad de compararlos.
  - Tienen multiplicidad de enfoques sobre posturas o miradas políticas acerca de los programas y sobre la construcción ciudadana en Villa El Salvador.
  - Trata de manera especializada el acontecer de Lima Sur.
- **Herramientas**

Se realizará el seguimiento, el cual implica grabar los programas, escucharlos y realizar un análisis de contenido en el transcurso de una semana.

    - Registro consecutivo de los programas en una semana

<b>Programas diarios</b>	<b>InfoSoc</b> (6am-9am)
	<b>Espectro</b> (10am-11am)
	<b>Cuestión de Estado</b> (11am-12m)
<b>Programas sabáticos</b>	<b>InfoSoc</b> <b>Edición Sabática</b> (6am-8am)
	<b>Puntos de Vista</b> (8am-9am)
	<b>Agenda Abierta</b> (10am-11am)
	<b>Juntos por la Verdad</b> (12-1pm)
<b>Programa dominical</b>	<b>Elección Decisiva</b> (10am-11am)

- Análisis de discurso radiofónico

Las variables a analizar son: el tema, la temática, el ámbito, la historicidad y los actores. Como se muestra en el siguiente cuadro:

PROGRAMA:								
HORARIO:	TEMAS Y TEMATICAS							
	FORMATOS	TEMA	TIEMPO		TEMATICA	AMBITO	HISTORICIDAD	ACTORES
Min			Seg					

Elaboración: Propia

- Entrevistas a profundidad a miembros de la radio
  - Francisco Ticona. Uno de los primeros miembros y ex director de la radio
  - César Fernández Junes. Fundador de Radio StereoVilla
  - Johnny Rodriguez. Actual director
  - Israel Lozano. Conductor de 'InfoSur' y de 'Puntos de Vista'
  - Carlos Soto. Conductor de 'InfoSur' y productor de 'Puntos de Vista'
  - Jaime Zea. Conductor de 'Agenda Abierta'
  - Silvia Pareja. Conductora de 'Juntos por la Verdad'
  - Alexis Chevez. Conductor de 'Cuestión de Estado' y 'Puntos de Vista'
  - Luis Flucker. Conductor de 'Encuentro'
  - Elvis Espinoza. Conductor de 'Elección Decisiva'
- Guía de preguntas para los fundadores
  - ¿Cómo empezó Radio Stereo Villa?
  - ¿Qué objetivos tenían?
  - ¿A quiénes se dirigía la radio?
  - ¿Cuáles fueron los primeros vínculos que tuvieron?
  - ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron?
  - ¿Cuáles han sido los cambios sociales, políticos, distritales por los que ha pasado Radio Stereo Villa?
  - ¿Qué considera fundamental para que la radio crezca?
- Guía de preguntas para los conductores de programas de opinión
  - ¿Quién es (nombre de locutor)?
  - ¿Cuál es su vinculación con VES?
  - ¿Cómo se inició el programa? ¿Cuál es la historia?
  - ¿Por qué el nombre del programa?

- ¿Cómo fue el momento en el que inició haciendo el programa?
- ¿Cuáles eran sus expectativas?
- ¿A quién se dirigía?
- ¿Quería dar a conocer ideas o ser medio?
- ¿Cuál es el rol que se atribuye como conductor? ¿Es intermediario o propositor?
- ¿Cuál es el objetivo del programa?
- ¿Cuál es el aporte a la ciudadanía?
- ¿Considera que la radio es un medio dinámico que sigue estando vigente para fomentar movilización, desarrollo y progreso en VES o se ha perdido?
- ¿Cómo se comporta el programa ante casos de denuncia?
- ¿Promueve la resolución de problemas desde la propia ciudadanía?
- ¿Cómo es la participación en el programa? ¿Para qué llaman? ¿A quiénes invitan?

## Bibliografía

- Acevedo, J. (2006). *Voces y movidas radioc ciudadanas: itinerarios, experiencias y reflexiones de la Coordinadora Nacional de Radio*. Lima: Coordinación Nacional de Radio.
- Alfaro, R. M. (comp.) (1999). *La radio ciudadana del futuro*. Lima: Calandria.
- AMARC-ALC (2005). El proyecto político comunicacional de las radios comunitarias y alternativas. En *Cara y Señal*, 2, 3, 6-15
- Camacho, A. C. A. (2001). *Las radios populares en la construcción de ciudadanía: Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*. La Paz, Bolivia: Universidad Andina Simón Bolívar.
- 88 | Castañeda, M. (2005). Rol de los medios para una democracia deliberativa. En: Alfaro, Rosa María (Comp.). *Comunicación y política en una democracia ética por construir*. Lima: Veeduría Ciudadanía de la Comunicación Social.
- Cheresky, I. (Comp.) (2007). *Ciudadanía, sociedad civil y participación política*. Argentina: Miño y Dávila Editores
- CIESPAL (1992). Radio apasionados: 21 experiencias de radio comunitarias en el mundo. Recuperado el 1 de mayo de 2013 de <http://186.5.95.155:8080/xmlui/handle/123456789/142> [Versión PDF]
- Córdoba, M. L. (2008). Democracia comunicativa: nuevas formas para la intervención ciudadana. En *Anagramas: rumbos y sentidos de la comunicación*. 6, 12, 77-89.
- Concortv (2013). Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/file/2013/estudios/concortv-estadisticas-rtv-2013.pdf>
- Cremona, F. (2007). *Comunicación para el Cambio social en América Latina: prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.

- Dahl, R. A. (1991). *La democracia y sus críticos*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Delgado J. (2005). Vigilancia ciudadana de los medios, la experiencia latinoamericana de nuevos equilibrios de poder. En Alfaro, R. M. (Comp.). *Comunicación y política en una democracia ética por construir*. Lima: Veeduría Ciudadanía de la Comunicación Social.
- Dewey, J. (1996). *Liberalismo y acción social y otros ensayos*. Valencia: Edicions Alfons El Magnánim.
- Fernández-Llebrez González, F. (2012). Humanismo, participación y ciudadanía cívica. Elementos para una democracia de calidad. En *Revista Española de Ciencia Política*. (30), 31-53.
- Frei Universität Berlin. Recuperado de <http://isfd101.bue.inf.dtu.edu.ar/bitacora/print.cgi?wIdPub=11&wOut=print>
- Geerts, A. y Oeyen, V. (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Madrid: ALER.
- Historia de Villa el Salvador. Recuperado de <http://www.munives.gob.pe/VillaElSalvador/historia.asp>
- Inter American Court of Human Rights, Compulsory Membership in an Association Prescribed by Law for the Practica of Journalism, Adv. Opn. OC – 5/38 of 13 Nov. 1985, Series A no. 5.
- Lamas, E. (2011). Diez aprendizajes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC ALC). En *Chasqui*. p. 85-93.
- Lechner, N. (2000). Nuevas Ciudadanías. En *Revista de Estudios Sociales*, nº 5, Bogotá, Fundación Social.
- Martín Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Santa Fe de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Mata, M. y otros (2005). Público y ciudadanía comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada. En *Anuario de Investigación y Extensión-ECI-UNC*. p. 67-72.
- Mata, M. y Scarafía, S. (1993). *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: ALER

- Moragas Spa, Miquel (1980). *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona: Península.
- Mujeres en Red. Recuperado de <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1303>
- O'Donnell, G. (2003). Democracia, desarrollo humano y ciudadanía. En *Revista de Ciencia Política*, 23 (2), 292-293.
- Pasquino, G. (1996). Participación política, grupos y movimientos. En Pasquino, G. et al. (Comp.). (1996). *Manual de ciencia política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Peppino, B. A. M. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: origen, evolución y perspectivas*. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco.
- Rivadeneira Olcese, C. (2009). Las otras radios: el complejo escenario de la radio en el Perú. En *Contratexto*, revista de la Facultad de Comunicación, 17, 217-234.
- Ticona, F. Ex director de Radio Stereo Villa
- Villamayor, C. (2010). Comunicación radiofónica, usos culturales y construcción de ciudadanía en la posconvergencia digital. En *Chasqui*, revista latinoamericana de comunicación. 111, 55-60
- Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito: AMARC y FES
- Walzer, M. (2010). El argumento pro sociedad civil: un camino hacia la reconstrucción social. En Walzer, M. *Pensar políticamente*. Barcelona: Paidós.
- Winocur, R. (2002). *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.
- Woldenberg, J. (2003). *Consolidación democrática y medios de comunicación. De la unanimidad a un auténtico archipiélago de puntos de vista*. Ponencia en la XLV Semana Nacional de la Comunicación, organizada por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión de México, 8 de octubre de 2003.

Zukernik, E. (2008). *Observador de medios de comunicación en América Latina: prensa, ciudadanía y democracia en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, FELAFACS.

## REFERENCIAS

Ley de Radio y Televisión del Perú. <http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/mlegal/leyes/leyrtv.pdf>

ANEXO 1: Programación Radio Stereo Villa

HORARIO		LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	HORARIO	
5:00	6:00	TROPÍFOLKLORE					Tropífolklore	Gracias por la Música	5:00	8:00
6:00	7:00	INFOSUR					INFOSUR Edición Sabatina			
7:00	8:00						Puntos de Vista			
8:00	9:00	Villa El Salvador, Retratos de un Pueblo				Educando en Lima Sur	Miss Frida	ISMEM en casa	9:00	10:00
10:00	11:00	ENCUENTRO					Agenda Abierta	Elección Decisiva	10:00	11:00
11:00	12:00	CUESTIÓN DE ESTADO					Palante	Cultura Viva Comunitaria	11:00	12:00
12:00	12:30	El Especial de Gallito					Juntos por la Verdad	Primerio lo nuestro	12:00	13:00
12:30	13:00	CRUZ AZUL								
13:00	14:00	Chacalón en tu Corazón					Mi Amigo el Doctor		13:00	14:00
14:00	15:00	El Especial de Marcabuaasi					Sin rollos ni Paltas		14:00	15:00
15:00	15:30	El Especial de Agua Clara					Libre	Libre	15:00	16:00
15:30	16:00	Especial de Tokio Producciones							15:00	16:00
16:00	16:30	Karamelo					Nada Personal	Nada Personal	16:00	17:00
16:30	17:00									
17:00	18:00	Los gigantes de la cumbia							17:00	18:00
18:00	19:00	Chacalón en tu Corazón					La Hora Disco	Como te Gusta	18:00	20:00
19:00	20:00	Marco Antonio y la nueva Nota					Nuestra Identidad	Más que música	20:00	21:00
20:00	20:30	La Movida Tropical								
20:30	21:00	Fuerza Azul								
21:00	21:30	El Especial de Gallito								
21:30	22:00	El especial de la Cumbia					Fiesta en Stereo	21:00	22:00	
22:00	23:00	Mundo Musica	Fiesta en Stereo	Fiesta en Stereo	Mundo Musica	Fiesta en Stereo		Semilla de Amor	22:00	0:00
23:00	0:00	Fiesta en Stereo (Música Variada)								

www.stereovilla.pe E-mail: publicidad@stereovilla.pe Cabina: 288-1096 RPC: 9975-35031

## *Anexo 2: Entrevista a Francisco Ticona*

Entrevista a Francisco Ticona. Ex director de Radio Stereo Villa

Por: Alexandra Morote

Lugar: Radio Stereo Villa

Fecha: 07/05/13

### ¿Cómo son los programas de Radio Stereo Villa?

Los programas que vas a entrevistar son programas que tienen su propia autonomía de producción. Son programas que discrepan unos de otros, por ejemplo “Encuentro” es la antípoda de “Cuestión de Estado”.

El programa “Encuentro” es un programa contratado que tiene una filosofía de comunicación popular; es contratado por Luis Flucker y es un programa totalmente propagandístico de la municipalidad. Promociona las obras, entrevista a regidores; es un programa pro-municipio. El programa “Cuestión de Estado” es un programa de la radio, que financia la radio, que paga la radio directamente y es un programa autónomo, independiente que tiene una agenda a veces un poco cargada contra el municipio o contra hechos de corrupción, pero tiene una agenda propia de la radio. El programa del domingo es un programa muy bueno: “Diálogo Ciudadano”; es un programa que la radio ha seguido a un grupo de vecinos que les gusta hacer radio popular.

### ¿Los mismos vecinos hacen este programa?

Claro, porque la radio no les paga nada, uno es abogado, el otro comunicador y son dos personas más. La radio les cede el espacio, es como una co-producción. La radio da la señal y estos vecinos organizados toman el espacio. Creo que Johnny apoya ahí. Entonces es un programa más vecinal, digamos no paga nada, porque es gente que no tiene recursos. La radio cubre ese es-

pacio en términos de tecnología y operador, pero ellos son autónomos en su producción, son gente muy autónoma, no es que la radio les diga qué hacer o les pone la agenda, sino que ellos mismos se encargan de eso.

¿Hay limitaciones para eso, de repente que la radio diga que no pueden invitar a una determinada persona?

No, la radio tiene la política, hasta con sus propios programas, de tener un manejo autónomo. Hay reuniones internas donde se debate, se discute la agenda y hay discrepancias también entre ellos mismos, pero es una relación horizontal, esas son más o menos las historias, grosso modo de esos tres programas, te lo digo para que lo manejes a la hora de conversar con cada uno de ellos.

Respecto a los inicios de Radio Stereo Villa, ¿cómo nace?

Radio Stereo Villa es parte de un proceso de comunicación social, popular, educativo que empieza en 1974; a mediados de octubre un grupo de docentes de primaria y secundaria del colegio Fe y Alegría de Villa El Salvador, junto con padres de familia y algunos estudiantes, fundan el Centro de Comunicación Popular que es donde estamos el día de hoy. Fundan y organizan actividades culturales para atender el tiempo libre de los estudiantes, fundamentalmente los jóvenes, adolescente de esos tiempos, porque no había nada acá, no había agua, ni luz, no había forma de entretener el tiempo libre de los jóvenes, entonces se forma un espacio cultural. Se constituye una biblioteca, talleres de música y teatro. Los mismos profesores se encargaban de organizar esos talleres, poco a poco se fueron construyendo los ambientes de los talleres, porque empezaron con esteras y palos. Los mismos chicos, profesores y padres de familia, los días sábados y domingos en jornadas de trabajo empezaron a construir los ambientes para poder reunirse. Poco a poco, conforme avanzaban los años, estos talleres culturales ligados más a la comunicación, se organizaron en actividades como teatro, canto y danza. Hubo un taller fundamental que dio el origen a lo que hoy día es la radio. Se llamó el taller de audiovisuales, a partir de ese taller se fueron organizando lo que denominamos en ese momento cursos de comunicación popular. Estamos hablando de los años 79-80. Ya en la década de los 80, el Centro de Comunicación y sus talleres apoyaron fuertemente la constitución del distrito de Villa El Salvador. VES nace como una barriada popular, como un pueblo joven en ese tiempo. Nace en mayo del 71, pero es en junio del año 83, que el congreso de la república con el gobierno de Belaunde da la ley de creación del distrito de

VES, la creación política empieza desde ahí. El Centro de Comunicación en los 70 apoyó y contribuyó a grandes movilizaciones populares para que hayan escuelas, centros de salud, lo que demandaban fuertemente en esos años. Como te decía no había nada, solo arena y las ganas de vivir, de sobresalir y construir poco a poco, organizadamente su hábitat. A los finales de los años 70, ya había escuelas, ya salían las primeras promociones de los colegios y ya se había configurado una ciudad joven, digamos pueblo joven en ese momento, y como todo pueblo joven tiene la pretensión de ser un distrito. En los 80 se forma una comisión multipartidaria, sectorial de los vecinos de VES y empiezan a tramitar la creación del distrito. El Centro de Comunicación contribuye a eso con los espacios para reuniones, los primeros dirigentes de todos esos movimientos sociales eran miembros del Centro de Comunicación, los chicos que entraron en el 70 y en el año 74 ya eran adultos, jóvenes dirigentes de sus grupos, de sus barrios, empezaron a organizarse y empezaron a tener actividad política, política de izquierda que es lo que más sobresale en distritos populares como es VES. Y también en esos años había fuerte presencia de los partidos de izquierda en la sociedad peruana, más en las barriadas. El Centro de Comunicación pudo hacer procesos con estos nuevos liderazgos, estos chicos que estaban en los talleres de comunicación también estaban militando en partidos políticos y empezaron a organizar esta gran marcha por ser distrito, que se logra el año 83.

Paralelamente, en los talleres propios del Centro de Comunicación, desde el taller de audiovisuales, se generaron otros: un taller que era de cine, otro que era de video y otro de radio. Porque en esos años todos los barrios tenían sus bocinas populares. Estas bocinas servían para convocar asambleas, reuniones. Las asambleas se transmitían por las bocinas populares y también se usaban para transmitir música, diferentes actividades del barrio, entonces el Centro se empezó a dedicar a formar locutores con los vecinos y jóvenes que les gustara la comunicación. A eso le llamamos comunicación popular. Entonces se formaron esos talleres aquí en el centro y en un momento dado se plantea la necesidad de poder tener un instrumento de comunicación masiva, desde la experiencia de los talleres de radio, de cine y de video.

### ¿Quién apoyaba estos talleres?

La misma gente que se organizaba acá, al mismo tiempo estaba en la lucha política, la lucha social, quería hacer cultura, comunicación. Así se fue forjando generaciones de líderes, mujeres y hombres, que tenían una visión política y al mismo tiempo apego a actividades de este tipo. Fundamentalmente

jóvenes. Se plantean talleres y se empezó a configurar la idea que después se convierte en un proyecto de tener una radio masiva. Se empezó a hacer talleres en el año 84 -85, apoyando todo lo que es altoparlantes, inclusive acá afuera se colocó un altoparlante y se sacaba la programación que lo producían los mismos jóvenes. Los dirigentes de este centro en ese tiempo comenzaron a preparar el expediente para el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, porque ese era el camino para poder gestionar una licencia. Empezaron a preparar también un proyecto de cooperación, para que la cooperación internacional apoye esta iniciativa. Se empezaron a hacer esas gestiones que solamente lo podían hacer los liderazgos que tenían la capacidad para eso. El resto estaba preparando sus producciones, sacando programas de los barrios, yendo a capacitar, inclusive el taller de cine consiguió películas de las embajadas e iba a los barrios y ahí proyectaban las películas gratuitamente, películas de corte social, para que los chicos estén ocupados en su tiempo y tengan otro tipo de distracción, y al mismo tiempo eleven su nivel cultural. El taller de video – audiovisuales preparaba filminas, son fotos que iban en cartoncitos y se iban a los barrios también a capacitar. Diferentes temas: salud, nutrición. Temas que los mismos talleres organizaban y definían. Y a través de la cámara fotográfica programaban sus guiones y de ahí los pasaban con equipos que se conseguían, donados por embajadas. Los jóvenes daban su tiempo libre, como un hobby, pero un hobby socializado en beneficio de los demás.

Y el año 89 en junio o julio, sale la primera señal de la radio. Los años anteriores sirvieron para gestionar el proyecto de comunicación que son documentos que te pide el ministerio, para gestionar el financiamiento del proyecto de radio inicial que duró 3 años la gestión. Al final se logró el apoyo de una ONG española que se llama “Manos Unidas” que financió la primera infraestructura de la radio en el año 89; esos años previos también sirvieron para consolidar equipos de producción. Una cosa es producir para altoparlante y otra cosa es producir para radio. Hubo equipos que se fueron a capacitar a otras radios, se alquilaban espacios en otras radios y ahí sacaban programas. Aquí hay una radio más antigua que se llama Imperial, yo tenía una cabina de locución y se alquilaba 2 horas a la semana, me parece, y el equipo de aquí preparaba toda la semana la producción se iba con sus guiones para salir al aire y llevaba sus cassettes editados. Así estuvieron como 2 años, así también en Lima en radio Santa Rosa.

Toda esa experiencia se uso cuando la radio salió al aire, eso fue en el 89-90. El proyecto demoró tres años y fue ahí que se consolidó los equipos de prensa,

ya más profesionales, más preparados, con una programación básicamente informativa y musical, como es hasta ahora. De este modo, empezó la radio.

Luego en los 90 comenzó a consolidarse como una radio popular, cuyo tema central era ¿Cómo sostener una radio?, y se habló del autofinanciamiento. Sin perder tu identidad, sin perder tu visión social de la comunicación popular, ¿cómo hacer sostenible eso? Ya se había acabado la plata de la cooperación que fueron por 3 años. El 91 se acaba un proyecto, se va todo el mundo y no hay recursos y se cae tu experiencia. O termina ahí y haces un informe y ya está. Pero bueno, pudo haber terminado así, pero ya era cómo seguir y continuar con esta experiencia de comunicación. Entonces se discutió fuertemente el tema del autofinanciamiento, ¿cómo autofinanciamos ésta radio? Reconociendo que ya no tenías que gestionar en base al voluntariado, sino sobre la base de un equipo rentado. Rentabas un técnico, operadores con capacitación y todo eso se paga. Todo eso era un esquema nuevo que te obligaba a gestionar financiamiento y se apostó por el autofinanciamiento. Empezamos a ver el tema de la publicidad, primero aquí a nivel local, ¿cómo se puede recoger demanda de publicidad? y eso nos llevó a tener contactos en Lima. Empezamos a conocer las agencias de publicidad. Recuerdo mucho que hubo una marca que es *Cristal* que fue la única marca que tuvimos durante muchos años, y con esa plata logramos autofinanciar la utilidad de la radio y era la única experiencia de publicidad que teníamos de lima, y luego pequeñas cosas de acá en lo local.

Maximizamos el uso de la sala de grabación y tuvimos que hacer toda una estrategia de autofinanciamiento que permita continuar la labor de la radio, quizá no al 100 % pero por lo menos la operatividad y siempre manteniendo el espacio informativo. Eso fue la década de los 90, estábamos en el shock económico, golpe de estado; referéndum sobre la pena de muerte en el 93. Luego empezó el segundo gobierno de Fujimori, ese fue el contexto político, y en VES estábamos ya por el tercer periodo de gobierno local. Todo ese contexto configuró las grandes agendas que la radio tenía que atender. En el año 93 VES pasó por una etapa muy difícil y problemática, digamos una parte de la historia negra de VES. El movimiento “Obras”, liderado por Belmont, logró ganar la alcaldía de Lima en un contexto social y político muy fragmentado. La izquierda llegó al 90 dividida y este era pues un espacio de izquierda.

El 90 gana Fujimori, como una expresión de rechazo de la ciudadanía a la política, a los políticos tradicionales y llega al poder un desconocido. Todo ese contexto también se expresó en lo local, en la política local, y Belmont

expresó también ese descontento y gana la alcaldía de Lima. Este movimiento logro colocar aquí en Villa El Salvador a una persona totalmente desconocida, con una trayectoria negra, inclusive el movimiento “Obras” logró ganar en un distrito donde no tenía candidato. Para que veas el rechazo de la población a los partidos políticos expresados en ese gobierno desastroso de Alan García. La gente que no le gusta que los partidos tengan problemas se va a mirar a otro lado; en el lado nacional, Fujimori y en el lado local, Belmont. Aquí en VES un alcalde impresentable, que no conocía la historia, que no vivía de la historia de VES, que no sabía nada, fue alcalde solo por el hecho de haber estado en una lista. Ex militar, muy ligado a Montesinos, a la gente militar que empezó con Fujimori el servicio de inteligencia. Este alcalde se llamaba Jorge Vásquez, él asume el gobierno municipal e intenta borrar toda la historia, borrar todo lo avanzado en Villa El Salvador. Ataca a aquellos que él consideraba que eran sus enemigos. Paralelamente a nivel interno, la gestión municipal era una gestión corrupta, gestión ineficiente que empezaba a generar movimientos sociales de demandas fuertes. Las mujeres fueron fundamentales en esto. Empezaron a movilizarse socialmente las mujeres, a organizarse en el vaso de leche, en la federación de mujeres y él veía que eso era movilizado por la radio, por el centro de comunicación, movilizado por partidos y tomó una actitud de ataque. La radio, como es natural, tenía que recibir toda la demanda social y expresar claramente a través de las ondas el rechazo ciudadano a una forma de gobierno muy autoritaria y muy corrupta. Así fueron los años 93 -94. Y a este alcalde se le ocurre cerrar los medios de comunicación del Centro de Comunicación, manda a través de sus funcionarios a lacrar las puertas de ingreso lo que constituía una abierta violación de la libertad de expresión y libertad de prensa. La radio se sumó y la gente la apoyó, Hubo un fuerte apoyo popular, la radio asumió el liderazgo en la parte que le correspondía de denuncia, los regidores de oposición del municipio formaron comisiones investigadoras, las denuncias ante el poder judicial. Se activó todo el sistema de derecho democrático que todo ciudadano puede utilizar, pero que mucha gente no conoce. Se activó una confrontación muy fuerte con el alcalde que al final terminó con su destitución y encarcelamiento. Fue una etapa muy negra porque, al igual como hemos vivido la revocatoria en Lima, tú no sabías lo que iba a pasar. Si gana el SÍ, por ejemplo, iba a haber un desgobierno como lo vivimos esa época que tuvimos cuatro alcalde en un periodo de tres años. En ese periodo Villa El Salvador se estancó, no avanzó. Si ya lo habíamos vivido, sabíamos lo que iba a pasar en Lima. Menos mal no pasó, pero imagínate ese escenario, se paraliza todo y eso fue un periodo bien fuerte, que sirvió para identificar cuál era el

sentido del medio y cómo uno puede valorar la importancia y el poder de un medio de comunicación que al mismo tiempo debe estar muy enraizado con el movimiento social. Cuando hablamos de movimiento social, no solo hablamos de lo político sino de los movimientos ciudadanos y sobre todo de los ciudadanos, que no están organizados y se representan a sí mismos. Es entonces que comprendemos que esa debe ser una tarea permanente, de inicio a fin, todos los días para poder ser coherente y poder ser los más objetivos posibles. Fue una lección muy grande para nosotros comprender el valor del poder que uno gestiona y tiene que estar al servicio de todos o de la mayoría. A nivel social, se intentó tomar conciencia de lo que uno elige, cómo uno debe elegir, no se debe elegir por la moda o por fuerte financiamiento; uno debe elegir por trayectorias, propuestas, instituciones, no solamente por las personas. No ha cambiado mucho el Perú desde esa época. Estamos hablando del año 90 y gracias a Fujimori tenemos el país que tenemos ahora: desinstitucionalizado, la gente desconfía de todos, no confía en instituciones, no confía en los partidos políticos, estamos en una transición y construcción permanente de la gobernabilidad. Eso fue el contexto que aquí en villa, por lo menos la clase política de ese momento, aprendió. Y uno se pregunta, ¿cómo después de 20 años de desarrollo, de construcción de ciudadanía, de organización social, pasó lo que pasó? Y la radio acompañó todo el proceso.

En ese momento paralelamente a nivel interno se planteaba la necesidad de construir un canal de TV. Se trata de una historia similar a la de la radio. Comenzó con un taller de audiovisual, taller de video, de cine, y plantearon construir un canal. La diferencia es que un canal de TV es un poder inmenso, no solamente es un poder que influye, sino que genera gasto y es más potente que una radio. Pero esa es otra historia.

Ya pasados los años 90, 2000, se fortalece más la estrategia de sostenibilidad. Se constituye fuertemente la línea de trabajo a nivel social, básicamente informativo, análisis y debate ciudadano. Y para eso tiene 24 horas, puedes coger horas y te dedicas a producir, y ahí empezaron chicas como tú, practicantes de comunicación, periodismo, para que puedan ingresar, practicar, y puedan sacar programas. Los periodistas que teníamos, algunos se habían ido a otros medios como siempre pasa. Por eso yo decía que el centro es una escuela permanente de gente joven. A diferencia de los primeros jóvenes que veían esto como un hobby, esta generación es gente que apuesta profesionalmente por esta labor, esto ha sido una cantera de jóvenes que estudian periodismo, comunicación, que estudian en las diferentes universidades e institutos y que

viven en Lima Sur, principalmente en Villa El Salvador. Han pasado bastantes jóvenes que ahora estarán laborando en otros medios o dedicados a otras cosas, que han y siguen contribuyendo al tema de la incidencia pública del medio. Siempre en esta línea, información, análisis y debate. En este tema, un aspecto que siempre ha sido difícil para nosotros y lo es hasta ahora, es el tema de la investigación. Ese es un tema que desde un medio chico, local es difícil de atender; primero porque la calidad de la investigación en diversos temas no lo puedes encontrar fácilmente en un comunicador, porque implica una preparación y compromiso por investigar a profundidad temas locales, que son también parte del tema nacional. El tema de la corrupción en los gobiernos locales, yo creo que es más o peor que el gobierno central; por lo menos, el gobierno central está chequeado por los medios grandes de comunicación, están bajo la lupa. Pero, ¿los medios locales? No hay medios locales, el Perú no está desarrollando la necesidad de que los ciudadanos tengan medios locales; lo que tenemos son medios comerciales. Todo medio comercial se mide por el rating, la publicidad o el interés económico, pero qué pasa con los ciudadanos que no tenemos acceso a medios de comunicación que miren los temas locales. Este fue un gran tema de discusión en el Centro de Comunicación que es propietaria de la radio y en otras que también están en esta lógica, como AMARC, ALER O CNR de la cual somos parte. Ya en los 90 comprendimos que nuestra lucha por una comunicación local, no es solamente nuestra, sino de otros también. Por qué no nos juntamos con otros y hacemos y participamos en la redes, estas redes pequeñas, con muy buena voluntad pero con fragilidad. Por eso somos parte de AMARC, ALE y de CNR, y compartimos a través de seminarios, talleres, eventos, ideas, propuestas de producción o lo que se llama créditos políticos comunicacional. Hay bastantes coincidencias. El tema de la investigación es muy importante, lamentablemente la legislación peruana no promueve abiertamente la necesidad de que los ciudadanos tengan acceso a medios locales, por eso nosotros con AMARC, ALER Y CNR levantamos el Derecho a la Comunicación, que no solo significa el derecho a la libertad de prensa que es para los periodistas, no solamente levantamos el derecho a la expresión, sino también el derecho de los ciudadanos al derecho a la comunicación, que va más allá y engloba acceso a licencias, que en teoría son del Estado, aunque hay que recordar que el Estado somos todos nosotros. Debe haber una proporcionalidad en las licencias, los códigos de ética de los medios y también el derecho de los ciudadanos a poder comunicar sus cosas. Para eso hay leyes, pero que el ciudadano desconoce, como por ejemplo la ley de transparencia. Medios como nosotros peleamos para que la gente conozca

más esas leyes, pero a los medios comerciales no les interesa. Hay temas que están planteados hoy por hoy como retos. En los últimos 13 años, hemos estado promoviendo una comunicación que sea popular, alternativa, una comunicación que eduque, que aporte a la cultura, a la cultura política, social y comunicación ciudadana, donde todos y todas podamos ser parte de los medios de comunicación, no solamente los periodistas. En ese aspecto los últimos 13, 15, 20 años la tecnología favorece esa irrupción de la ciudadanía en la comunicación, favorece fuertemente y hoy por hoy se nota, las redes sociales, la facilidad que uno tiene para subir videos a YouTube, para opinar a través de las webs de los medios o para opinar a través de los blogs. La tecnología hoy por hoy es un instrumento que puede favorecer a toda esta temática y que debe ser en el caso nuestro usado en ese sentido de favorecer la comunicación ciudadana, estamos ahorita en ese tema. Pero también hay limitaciones, por ejemplo, la web es un problema, conseguir comunicadores que estén comprometidos, identificados con la comunicación popular y ciudadana y que puedan diseñar una web y llevarla a cabo es muy difícil de encontrar. Porque eso no lo puede hacer un adolescente, joven de colegio, sino gente preparada; es muy difícil de encontrar periodistas jóvenes que estén interesados en el tema de la corrupción o jóvenes comunicadores que estén pensando en usar las leyes que a veces uno no conoce para poder acceder a información y hacer de esto un producto comunicacional que enseñe a la gente a promover sus derechos, por ejemplo. Sentimos que hoy por hoy la academia de formación profesional está orientada a lo comercial, empresarial, que es importante para el desarrollo del país, pero también son importantes los temas de salud, educación, corrupción, seguridad ciudadana. Es fundamental que todos los componentes de la comunicación, llámense periodistas, medios, tecnología, estén orientados a estos aspectos.

Mencionaste algo muy interesante sobre los objetivos que cambiaron a partir de la 'parte negra' que tuvo VES, ¿Antes, cuáles eran los objetivos?

No es que hayan cambiado tanto, sino que se han actualizado. Los objetivos de los 70, 80 estaban orientados básicamente a organizar, movilizar, generar participación. En los 70 y 80 en el caso de VES hubo fuertemente ese tipo de objetivos realizados. Fuerte movilización social para conseguir cosas, mejores condiciones de vida, la gente participaba activamente, una participación física, la gente se organizaba. Esos eran los objetivos básicos del Centro que se expresaba en todos los talleres y se expresaban en las propuestas de inicio de la radio. En el proyecto comunicacional, los primeros equipos estaban muy mar-

cados por eso y una fuerte carga política de lograr acceso al poder o gobierno para poder mejorar la calidad de vida de la gente. El primer alcalde de VES fue el presidente del Centro de Comunicaciones dos veces, Michel Azcueta, el segundo alcalde en el tercer periodo también fue presidente del Centro de Comunicación, Johnny Rodríguez, de ahí se cortó con la contextualización por lo nacional. El APRA, Sendero Luminoso contribuyó bastante a esa fragmentación social. VES fue una de las ciudades escogidas por SL para desarrollar su estrategia del campo a la ciudad y aquí hubo una fuerte oposición de la elite política de izquierda que no creía y no cree en eso. Y la radio jugó un papel importante. Maria Elena Moyano fue parte del Centro de Comunicación, fue asesinada salvajemente por SL. La radio jugó un papel importante en lucha por la defensa de la vida y fue fruto también de un atentado terrorista en el año 92: un coche bomba destruyó la radio. Se trataba de una de las primeras instalaciones que construimos con el proyecto “Manos Unidas”. Tuvimos que gestionar ideas para construir lo que ahora es la radio. SL jugó mucho y fue el tonto útil de los políticos de ese tiempo. Porque la idea de que Sendero iba a conquistar el Perú es un ‘engañamuchachos’: el estado peruano es un estado que tiene alta capacidad, lo que sucede es que los políticos usaron todo ese tipo de factores para poder desarrollar su política, y lo comprobamos claramente en el 90 con Fujimori. Fue fácil usar el servicio de inteligencia para la caída de Abimael, sin muertos y sin ningún herido, cayó todo el engranaje. El medio no puede reemplazar al Estado. El medio no puede reemplazar a la sociedad, el medio es un medio, es un instrumento.

Hay medios locales y medios locales, tú los podrás ver. Hay medios locales que son comerciales 100%, que forman opinión interesadamente, hay medios locales que son trampolín para llegar al congreso de la república. Este señor Crisólogo, que es congresista por Ancash, que salió el fin de semana en un programa, es congresista porque ha sido de un medio comercial de Ancash, y se pegó al presidente regional de Ancash para hacer política y llegar al congreso. Pero ha usado el medio para llegar al congreso, para defender intereses de un personaje político. Por eso digo que hay medios locales y medios locales. En el caso nuestro, nuestro medio local está alineado con una red de otros medios que su objetivo es promover la libertad de prensa, de expresión, de comunicación, promover la defensa de derechos humanos, la dignidad humana, promover el cuidado del medio ambiente, promover una comunicación participativa, horizontal, ciudadana. Estamos en esa configuración, en ese propósito, pero siempre considerando que somos un medio, que somos un instrumento y que debe ser la sociedad, el vecino, la vecina, los ciudadanos,

que deben ser conscientes de la necesidad de ejercer sus derechos y conscientes también que están obligados a cumplir con sus deberes. Los medios, como los nuestros, que lamentablemente son muy pocos en el país, tienen esa obligación ética, moral, política, social, ciudadana de que así debe ser, y somos ciudadanos organizados que se expresan ante el Estado para representarse, para fiscalizar y promover normas que permitan una mejor convivencia. Esa debe ser la racionalidad que debe operar en cada uno de los que vivimos en el Perú y los que vivimos en Lima Sur, en ese contexto que el medio tiene un fin, que es comunicar pluralmente. Y en ese sentido, ese desarrollo político lo hemos incorporado a la parte de sostenibilidad aunque mucha gente no lo comprende, pero gestionamos y administramos así. En los últimos años hemos abierto la programación para que puedan contratarse espacios y con esa renta nosotros mantenemos algunas horas propias de la radio, suficiente y necesarias para ser de incidencia. Mantenemos los gastos corrientes, es una estrategia de autosostenimiento porque desde esa época, estamos hablando de los años 90, hasta ahora no hemos recibido ninguna donación, ninguna subvención de la cooperación internacional como fue cuando empezó esta experiencia. La estrategia de autofinanciamiento ya tiene como 20 años y ha ido de menos a más, porque empezabas con dos personas, rentabas, la luz, el agua, el teléfono. Ahora hay un equipo mínimo básico que mantiene la programación con programas contratados, programas con coproducción que la emisora cede por una evaluación política y social del programa y programas propios. Siempre manteniendo esta idea de hay que ser una radio educativa, popular, comunitaria. Nosotros cedemos espacios a sectores institucionales de Lima sur que nos interesa que participen en la comunicación por su labor; por ejemplo, tenemos un espacio de la iglesia católica que va todos los sábados para que promueva su labor pastoral. Tenemos programas o microprogramas dedicados a INDECOPI, al poder judicial, la fiscalía que necesitan comunicar sus cosas y que no tienen espacios en las radios comerciales, pero necesitan comunicar porque su labor inciden en todos y todas los de VES. Tenemos esos espacios para que ellos a través de la línea telefónica, o presencialmente ejerza esos derechos. Hemos cedido también a todo el sector educación, la UGEL, que es la Unidad de Gestión de Educativa Local, de esta zona, todo Lima sur, todos los balnearios, dos millones de personas. Tienen un espacio aquí una vez a la semana. Fácil es ceder, pero producir es difícil. Ellos tienen su equipo de producción que seguramente es pagado, dentro de su economía hacen esfuerzos. Ellos tienen un espacio. El grupo de vecinos que hacen “Diálogo Ciudadano” también va en esa lógica, son espacios que la radio cede después de una evaluación de utilidad para los ciudadanos.

Después hay otros espacios contratados que son básicamente de música, son programas chicha, cumbia que hay bastante. Ellos pagan una renta.

Luego están los espacios propios de la radio. Hay espacios que están dedicados a líderes políticos; por ejemplo, el sábado hay un espacio que lo paga una persona pero que es un programa del PPC, Jaime C, que es miembro del centro de comunicación, es uno de los socios, el centro de comunicación es una sociedad civil, aquí son 12 personas naturales que son propietarios.

Los sábados generalmente hay programas muy politizados, de diferentes líneas políticas. Si tú sabes gestionar un medio, puedes tener una expresión muy plural a nivel político, claro sendero ni de a vainas. Todos los partidos políticos pueden contratar espacios, directamente o indirectamente, hay esa libertad. Hay gente que se ha acostumbrado a quedarse en la época de escuchar esa radio que debe ser de izquierda y así tiene que ser. Pero eso ya cambió, estamos en una sociedad democrática, en esos años ese concepto no estaba muy consciente, ni en la izquierda ni en la derecha. Una sociedad democrática es un espacio en el que todos tenemos diferencia de ideas, y por lo tanto en una sociedad democrática hay que buscar coincidencias para poder vivir mejor, pensando siempre en los más débiles. Hay ese abanico de posibilidades y el que gestiona lo tiene que tener en cuenta para poder gestionar y rentabilizar, para seguir manteniendo el medio en adelante. Esa visión nos ha ayudado bastante porque así hemos podido equipar mejor la radio, dar mayores comodidades, ser una radio líder en Lima sur, poder negociar con agencias de Lima. El gran problema de la radio es su limitación técnica, nosotros no podemos crecer técnicamente, por la clase de señal. Hay una norma legal que dice que nuestra radio solamente puede tener 150 watts de potencia. Esa norma la han querido cambiar un montón de veces y no se ha podido porque es muy difícil. Está amarrada a una ley de comunicación, está bien ordenadito todo básicamente pensando en los grupos de poder, no se puede hacer nada, entonces la radio ya no puede crecer más.

**Claro, porque yo los escucho por internet, la señal no llega a mi radio.**

Le sacamos la vuelta a la tecnología, hemos conseguido un transmisor, jalamos antenas, pero no se puede llegar más allá de San Juan de Miraflores. El cerro de La Molina tapa la señal, No todos tienen un buen equipo en casa, hay gente que tiene su radio chiquita. Eso nos perjudica fuertemente, es una de las limitaciones técnicas del mercado.

Nuestro público objetivo ha variado, ya no es VES, sino es Villa María, San Juan; tenemos una visión más Lima sur que hace 12 años.

### ¿Cuál es el público objetivo?

La programación va orientada a un público adulto. Hay programas para jóvenes, pero son pocos.

### ¿Tienen algún tipo de evaluación para saber quién los escucha?

Una vez al año, algunos amigos hacen encuestas y nos pasan la información. Para asuntos de publicidad hemos contratado a CPI. Hemos hecho algunos, pero no directamente. Ojala podamos hacer una propia.

La radio tuvo un público adulto, pero por momentos tuvo público objetivo joven, cuando no había programas contratados. Una vez que ya hubo programas contratados, sacrificamos ese tipo de programación por música chicha.

Hay jóvenes que escuchan seguramente la radio, son de estratos más populares. Los que escuchan chicha, cumbia, son los moto taxistas, por ejemplo. Básicamente está pensado en un público de 20 años para arriba.

### Las llamadas que reciben son de personas adultas.

Sí, en los programas de corte informativo, la mayoría son los mismos: vecinos dirigentes que tiene una cultura social más desarrollada, se interesan en esos temas. Antes no había eso, porque antes no había teléfono, entonces venían a la radio. Decidimos combinar eso. Ellos vienen, los invitamos y de ahí entran las llamadas. Ahora es más dinámica la participación.

Los nuevos retos son cómo generar más participación, pero no una participación por participación, sino una participación que promueva propuestas. Ese es el ideal. Siempre ha sido el ideal, si vas a intervenir propón, no te quedes en la denuncia. Siempre tenemos eso a lo largo de la historia de la radio. Siempre tratamos de educar a la opinión, una opinión proactiva, ese es otro tema que siempre hemos tratado de cuidar acá. Tenemos que tener una proactividad en todo. Tu denuncia es válida, pero denuncia con objetividad y pruebas, porque puede perjudicar al medio. Ya nos ha pasado, como les damos amplitud, a veces se van de boca o engaños. Nos contratan el espacio por dos meses y luego se van. Y el vecino afectado nos da una carta notarial y nosotros tenemos que responder.

A pesar de esto, nosotros no sacrificamos la libertad de opinión. Tienes que darle oportunidad de que se defienda. Que utilice todas las normas legales que están a su favor para poder hacerlo y si hay que rectificar, se rectifica.

Este es un medio de expresión, este no es un espacio en el que tú eres el protagonista. Acá el protagonista es el vecino, la vecina, el líder, el dirigente, el partido, el alcalde. Tú como entrevistador/locutor eres un medio porque tú no eres el protagonista. Tu trabajo es la verdad, generar la verdad, objetividad. Las preguntas las tienes que hacer en base a lo que dice la gente, el interés de la gente y estar en permanente contacto con la opinión de la gente.

Tu agenda, tu cuestionario, el desarrollo del guión tienes que hacerlo teniendo en cuenta todo eso. No es tu objetivo solo criticar al alcalde, pinchar a la autoridad. No es así. Además, tienes que lograr que todo ese proceso de comunicación eduque: promueva ciudadanía, promueva derechos, promueva deberes. Esa debe ser la labor de un comunicador o comunicadora, y eso es lo que intentamos siempre, con la nueva gente que va entrando. Es una lucha permanente. Tenemos que estar en constante reflexión. Por ejemplo, en las campañas políticas se arman agendas colectivamente. Se revisa, se compara si hay propuestas. A veces se ve que no hay propuestas, solo ofertas y eso es grave. Por ejemplo, el empleo de los jóvenes. Traen a la radio a los candidatos, pero se quedan en oferta y no hay propuestas. No tienen ni diagnóstico. El medio sirve para eso, para llegar a la verdad de fondo; y vas educando y vas mostrando que ese político no debe llegar al poder. Yo he hecho un programa así, se lo dices en la cara y sueltan los teléfonos.

Ahí vas viendo cómo puedes usar la comunicación para generar mejores condiciones de vida en el lado intelectual, el lado educativo, puedes generar desarrollo de capacidades de comunicarlo. Muchas veces muchos han venido por acá y se han sentido felices porque es la primera vez que están ante un micro y mandan saludos.

También sirve para ver casos tan complejos como casos de corrupción; como el que ahora hay con respecto a este gobierno local que ha hecho muchas obras, quizá uno de los gobiernos que ha hecho más obras con solo un año y mucha gente lo reconoce. Hay un 70% de la población que lo aprueba, según encuesta de CPI, pero tiene denuncia de corrupción. El comunicador tiene que tener una fineza y habilidad para no tirarse en contra de las obras, porque son necesarias. Entonces, ¿cómo haces para luchar contra ese dicho popular que dice 'no importa que robe, con tal de que haga obras'. La radio está obligada a luchar y la gente tiene que hacer grandes esfuerzos. A veces es complicado, difícil. A veces la gente opina: ¿y cómo luchas contra la corriente? Yo creo que sí se puede. si tú vas descubriendo y definiendo finamente qué es lo que debes hacer para educar, para promover participación proactiva, para

promover la honestidad de la gestión, para que los opositores se dediquen a fiscalizar, que los dirigentes sociales hagan vigilancia ciudadana, creo que eso se puede hacer.

Tenemos claro que la radio es un medio, el locutor es un medio, pero luego de que la gente hace las denuncias ¿hay un seguimiento?

Una de las grandes limitaciones que tenemos es el tema de la investigación, el seguimiento a la nota, por tema de personal, y segundo porque los practicantes que vienen no están preparados para este tipo de trabajo. Siento que en la universidad no hay eso, periodismo de investigación, no contamos con grandes capacidades, hablo de RRHH para eso. Porque tecnología hay, pero necesitas gente para eso. Los temas se quedan en la información, en ese nivel, porque no hay un seguimiento. En algunos temas si hay seguimiento, pero son contados, por ejemplo, el tema de la corrupción debido a que hay muchas denuncias. Nos enfocamos en temas de corrupción evidentes. En ese caso el medio entra porque hay pruebas. No es que el medio las haya conseguido. No tienes acceso a documentos, lo tienen las autoridades y ellas mismas te las facilitan.

Por ejemplo, nos gustaría tratar el tema de la seguridad ciudadana, pero es un tema muy amplio, de nunca acabar. La radio no va a resolver ese tema. Lo que puede es generar opinión, participación, reclamo de la ciudadanía y puede reorientar esa información al municipio. Se está haciendo pero el municipio no responde, porque ellos tienen su propia agenda.

Todos los años hacemos dos veces foros de seguridad ciudadana, invitamos al IDL, invitamos a las juntas vecinales, a la policía nacional, al alcalde municipal, vienen los regidores, pero no viene el alcalde que es el que decide el gasto porque todos los temas se resuelven con plata. Si quieres luchar contra algo, quieres generar una mejora es con plata. No son con ideas o buenos deseos. Si no está en el presupuesto de operación anual estas engañando a la gente. Digamos que así como se han hecho pistas bonitas, también haya inversión en seguridad ciudadana, y no solo inversión, sino gestión que el gasto proyecte también necesidades del futuro. Todo eso ayuda y abona a entender unidades de investigación en temas locales desde la comunicación. Este es un bonito tema para que AMARC o alguna universidad lo tome y vaya generando acciones por ese lado para futuros comunicadores.

Yo me metí a hacer política desde los 15, 16 años. He trabajado en algunos proyectos de cooperación y por mi labor he gestionado el Centro hasta di-

ciembre: 12 años. Hace dos años entré a hacer radio. Empecé a opinar en los foros. Algunas veces me hacen entrevistas y es bacán porque sientes que estás vivo. El solo hecho de que te escuchen otros y te llamen por teléfono sientes que existes. Pones a prueba la tolerancia, el saber escuchar y luego replicar. Eso te ayuda en tu vida personal. A veces somos intolerantes. A veces somos un país muy intolerante.

Cuando la gente siente que la comunicación le sirve para expresar sus experiencias, no tanto su opinión, sino sus experiencias, siente que se libera, te cuenta sus cosas y se puede pasar una hora rapidito. Yo hice un programa con DESCO, con mujeres de los distritos de Lima Sur que estaban preocupadas por la seguridad ciudadana: se habían organizado por distritos. Fue para la campaña municipal electoral 2010. DESCO es una ONG muy seria que hizo un proyecto para promover el liderazgo desde la mujer porque las mujeres son las más afectadas por la inseguridad ciudadana. Las mismas mujeres se organizaron, hicieron encuestas y luego se hizo un programa acá en la radio. Las mujeres venían y hacían el programa. Yo solo era el moderador. Ellas eran las protagonistas. Fue como 6 meses, fue alucinante. Las señoras salían felices de que se les había escuchado.

La gente se siente bien cuando la escuchas, suficiente con eso. Sienten que su opinión a alguien le va interesar. A veces llaman para promover sus propias cosas. A veces llaman, opinan y aprovechan para promover algo. Aquí entra la llamada directamente, tú no sabes lo que va a hablar. Solo se le pregunta el nombre y esa persona se despacha, ya depende del locutor cortarla a los 30 segundos.

La semana pasada escuché un programa que estaban haciendo dos jóvenes alemanes, no estaba dentro de la programación.

Hay un intercambio y tenemos dos cooperantes. El centro tiene intercambios. VES es una ciudad que está hermanada con otras ciudades de Europa, este hermanamiento tiene dos líneas: una oficial y una línea ciudadana. La oficial se debe a que Villa el Salvador coordina con el municipio de Thüringen, que es una ciudad hermana para un apoyo concreto, pueden apoyar con plata para actividades, capacitación, pasantías. Y una línea que es ciudadana, por la que los ciudadanos de VES pueden interactuar con ciudadanos de Thüringen, que pueden estar organizados en un club, asociación civil; por ejemplo, el colegio Fe y Alegría está hermanado con un colegio de Thüringen y todos los años vienen profesores o niños. Es bien bonito, toda una experiencia. O

vienen alemanes jóvenes a dar clases. Alemania promueve bastante estos intercambios y los financia. Hay jóvenes que vienen porque tienen vocación social y al mismo tiempo les pagan un sueldo y la estadía. Ahora tenemos dos jóvenes alemanes. Uno está en la radio y otra está en el instituto como profesora de inglés. Ellos vienen a través de una organización que se llama “La casa del mundo”, una organización alemana que centraliza a todos los jóvenes alemanes que vienen al Perú, pasan por esa casa y luego son distribuidos a diferentes organizaciones. Nosotros les cubrimos la alimentación y el gobierno alemán ya se encarga de su estadía, alojamiento. Ellos trabajan un año, y como todo trabajo tienen de echo a sus vacaciones, trabajan de lunes a viernes.

Ellos han producido un programa y ese audio se lleva allá. La idea es que en Thüringen haya una radio para hermanarnos.

¿Han ido personas de acá a esa radio?

Sí, algunas veces han ido, pero no con el encargo de la radio con la radio. La diferencia es el idioma, podríamos poner un programa en castellano o traducido. Ya se verá con Johnny Rodríguez, actual director de la radio.

Tener una visión del mundo diferente siempre es interesante. Hay temas comunes, la lucha por la paz puede movilizar o el tema ambientalista que allá es fuerte. Acá también en los niños. En los temas comunes uno puede interactuar.

En el Centro siempre ha habido jóvenes que vienen de otros países. En el verano europeo, que es en julio-agosto, vienen por 15 días para conocer Villa el Salvador. Siempre ha habido visitantes, en algunos años vienen muchos, en otros nada, pero siempre ha habido un lazo muy bueno.

¿La radio fue parte de CUAVES?

No, esto ha sido siempre una institución autónoma del Estado. Coordina con otras instituciones u organizaciones sociales. La CUAVES es una organización social que cuando apareció el municipio disminuyó su poder. Ahora está debilitada. En teoría esto es parte de todo VES que es la CUAVES, pero en la práctica no funciona así, sino que cada barrio tiene su propia organización, su propia dinámica. Lo que llama mucho la atención, y yo siempre lo he escuchado de gente que viene de afuera, es que hay algo que otros barrios no tienen: esta forma de organizarse. Desde las primeras generaciones está la idea de que para lograr alcanzar objetivos comunes tienes que organizarte. En algunos momentos en la historia de VES eso era fuerte, en otros, no. Siempre

hay etapas y procesos. Por ejemplo, los moto taxistas se han organizado. La idea era que sea en una sola asociación, pero hay 20 asociaciones de moto taxistas, pero igual están organizados. Ellos tienen una visión de sus intereses, pero no tienen una visión de los intereses de los demás. Antes no era así. Antes eran las dos cosas: te organizabas, tratabas de que sea una sola organización y esa sola organización representaba tus intereses en relación a la ciudad. Aquí se organizan básicamente para cuidar sus intereses, en relación al Estado para que no les pongan multa. Parte de su organización no está mirando la ciudad, están organizados para protegerse de violaciones o asaltos. Habrá algo de esto, pero no es evidente. Igual sucede en los mercados. El comercio en VES es bien organizado. No todos tienen el mismo desarrollo: hay mercados grandes y otros pequeños que se mueren. El que tenemos acá es el más grande porque está todo concentrado y en términos de precios es más barato. A diez cuadras hay un mercado que se muere porque no quiere invertir, no quiere dar el salto: es un mercado desorganizado.

La ventaja de VES es que territorialmente está bien distribuido, bien organizado. Los espacios comunes son amplios, eso ayuda bastante a una mejor movilidad tanto vehicular como peatonal, ayuda también a organizar zonas. Los mercados están organizados del mismo modo: no están juntos.

Hay organizaciones que están débiles; por ejemplo, la de mujeres. Antes era poderosa, fuerte, después de la muerte de María Elena hubo un bajón. Dividieron el vaso de leche que era lo que sostenía a la organización y pasó a ser controlado por el municipio.

Lo que empezó como un programa de emergencia, se ha convertido en un programa de sobrevivencia que genera hechos de corrupción bastante fuertes. No solamente hay corrupción en el Estado, sino también hay corrupción en organizaciones que gestionan programas de asistencia social.

Los jóvenes antes eran bien organizados. Ahora lo que hay son asociaciones culturales, de teatro, de música que son varios y están bien organizadas y lo han hecho su modo de vida. El municipio de Lima también hace eventos y los contrata.

Hay vecinos que les gusta ser miembros del comité de seguridad ciudadana, a veces estos vecinos no cuentan con apoyo y la policía los utiliza. Los mismos comités informan quién vende droga, pero la policía no hace nada.

Me parece que manejan bien el tema la corrupción en la radio, es decir no tienen pelos en la lengua para hablar sobre alguien.

Claro, aquí la gente denuncia sin miedo, el problema es que los canales locales no son eficientes. Tú vas al poder judicial a hacer una denuncia y se demora mucho tiempo. La corrupción chica y la corrupción grande hacen que los canales no funcionan eficientemente y eso genera en el ciudadano un rechazo a la institucionalidad. No creen en el sistema.

Parte de la corrupción es que no les dejen tener más señal, ¿no?

Hay países que han pasado por procesos fuertes: Argentina, Uruguay, y Ecuador ahora último. En el Perú no se debata así. Va a pasar como Repsol o Petroperu, te van a caer encima. Por ejemplo, en Argentina, el gobierno ha implementado una ley de comunicación de los tercios: un tercio para el ámbito privado, un tercio para el ámbito gubernamental y otro tercio para las organizaciones civiles. Esto es democratizar las frecuencias.

Aquí planteas ese debate y te van a decir que eres estatista, comunista. La ley peruana en ese sentido está atrasada. Aquí ese debate no llega, está muy lejos.

La ley peruana ha llegado a definir los tipos de medios: comerciales, educativos y comunitarios. La parte educativa y comunitaria no está muy desarrollada. Creo que solo una radio tiene licencia de radio comunitaria. El ámbito de funcionamiento de una radio comunitaria son sus fronteras, así lo entiende el Estado Peruano, pero no es así pues. Si estuviéramos en Argentina o Bolivia, acá en VES que es una comunidad, podríamos tener 30 radios comunitarias, estamos hablando de licencia. Y a través de esa licencia, los vecinos podrán comprender que la comunicación es un derecho y podrán decir lo que quieran a través de su parlante o su señal AM o FM.

Esto es parte de corrupción, ellos no quieren que la gente se entere de sus derechos, saben que la radio es un medio muy poderoso y llega a mucha gente. Y a través de la radio tú puedes desarrollar un montón de actividades de uso educativo, puedes tener otra mirada de entretenimiento diferente.

Lo que hay que hacer es llevar a la práctica lo siguiente: “El espacio radioeléctrico es de todos los peruanos” hay que hacerlo, pero para hacerlo necesitas fuerza, necesitas organización, profesionales de las leyes, operadores de la tecnología que utilicen al máximo las tecnologías. Gente que desarrolle contenidos para una radio comunitaria, que no es solamente sentarse frente

al micrófono y decir cualquier cosa. Sino que tiene que desarrollar contenido, que formen opinión, intervención en la calle. Saber qué opina la gente, darles la oportunidad a todos.

Los colegios, hoy por hoy, están organizados en programas de municipios escolares y tienen componentes de comunicación; o sea en un colegio X, los chicos que quieran hacer radio pueden hacerlo en teoría, el colegio ha llegado hasta ahí nomás. No desarrolla contenidos porque para desarrollar contenidos hay que tener un periodista, un comunicador o un docente que haga esas tareas para formar. No basta con darle herramientas, tienes que invertir en el desarrollo de capacidades. El gobernante local prefiere hacer pistas que invertir en desarrollo humano. Sin presupuesto no puedes hacer nada, ¿cómo peleas para que en el distrito haya fondos para desarrollar capacidades? Ahorita ese es uno de los grandes temas.

### Claro, se necesita una mirada más amplia

Yo creo que hay bastante potencial, desde ahí debemos empezar a generar los líderes, pero lamentablemente no hay organización para juntar a toda esa potencialidad que tiene la gente. Todo es muy espontáneo y eso a veces dura poco. Hay muchas potencialidades. Uno cuando hace radio con la gente descubre un montón. Por ejemplo, tenemos un programa que se llama “ISMEN en casa”. La radio sirvió para que el instituto promueva sus actividades y ellos vienen los domingos. Ese programa lo conducen dos profesores de un colegio estatal que son una pareja de esposos, que en las noches dictan cursos acá. Los domingos vienen y hacen su programa entre 9 y 10 de la mañana. La semana pasada me invitaron para hablar sobre las nuevas tecnologías de la información y narré la historia de la primera cabina de internet en Villa el Salvador que conseguí con la fundación telefónica. Yo noté que ellos tenían la voluntad, pero no tenían un guión, una estructura para hacerlo. De repente gente como tú podría producir el programa y estás con ellos. Veía esas ganas. Venir un domingo a las 9 de la mañana es bravo. Nadie les paga. Lo hacen porque les gusta comunicar cosas. Sienten que así también aprenden y les ayuda en el desarrollo con los chicos y la comunidad. Situaciones como esta puedes encontrar en la radio.