

# Las radios en el Perú

Carlos Rivadeneyra\*

## Resumen

La radio peruana revela una enorme diversidad, la que está en proporción directa con su multiculturalidad. Ambas características descubren un proceso en el que diversos actores sociales despliegan sus marcadas influencias y configuran un escenario complejo, pleno de oportunidades y retos. Más allá de la gran radio comercial capitalina están las otras radios: pequeñas empresas, provincianas, las pertenecientes a la iglesia o a los alcaldes e inclusive a micro empresarios, hijos de la melomanía folklórica. Las múltiples motivaciones producen un panorama con muchos tipos de radio que es preciso comenzar a conocer.

## Palabras clave

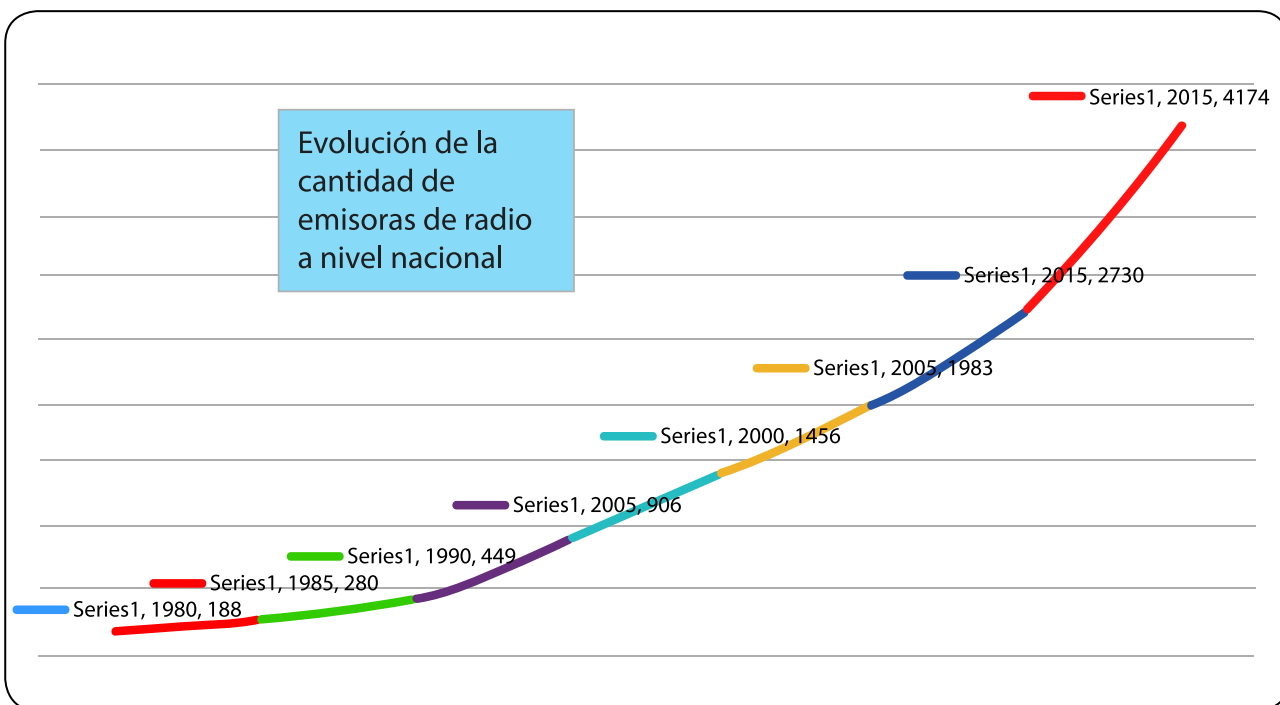
Radio - radio comunitaria - radio educativa - radio pública - diversidad cultural.

## Introducción

En el Perú, el medio de comunicación masiva más extendido es la radio. Según las cifras del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), a agosto de 2016 existían 4566 autorizaciones vigentes de estaciones de radio; su evolución ha sido rápida en los últimos 35 años.

El incremento del número de estaciones de radio se debe a varios factores, entre ellos podemos mencionar:

- Los cada vez más veloces cambios tecnológicos que han posibilitado el abaratamiento de los equipos para la radiodifusión y para la producción de programas radiales.



\* Coordinador de la especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad de Lima y profesor de la PUCP. Ha sido presidente de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) y coordinador regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC – ALC. E-mail: crivaden@ulima.edu.pe carlos.rivadeneyra@pucp.edu.pe

- Las políticas liberales que han promovido el establecimiento de estaciones de radio de carácter comercial, y
- La gran diversidad de emprendimientos, que van desde los sociales como las comunidades campesinas y nativas (indígenas), las ONG laicas y de las iglesias (católica y evangélica), las diversas congregaciones y denominaciones religiosas, grupos de vecinos y migrantes en diversas ciudades, las de empresas extractivas, y los diversos emprendimientos estatales.

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

La mayoría de estaciones de radio en nuestro país corresponden a empresas privadas de diversas y complejas características. Algunas son grandes empresas y conglomerados; otras, medianas, pequeñas y hasta micro empresas de carácter familiar.

La Ley de Radio y Televisión (Ley 28278), vigente desde julio de 2004, reconoce hasta tres modalidades de radios: comerciales, educativas y comunitarias<sup>1</sup>; en la actualidad, solo una pequeña proporción, menor al diez por ciento, son estaciones de radio con autorizaciones de tipo educativo. A ello debe adicionarse solo tres emisoras comunitarias reconocidas formalmente. Sin embargo, lo más sorprendente de la norma es que no define un tipo de medio de comunicación de carácter público o en su defecto estatal.

### ***A falta de una definición: “las otras radios”***

A través del seguimiento de la radio peruana en los últimos 25 años hemos constatado el complejo proceso que ha desarrollado la radio en nuestro país. Con afán de comprender dicho fenómeno, en el presente trabajo nos centraremos en aquellas emisoras que no pertenecen a los consorcios o grupos empresariales basados en la capital, sino en las experiencias que emergen desde el interior del país o la periferia de las ciudades. En buena cuenta, estudiaremos a las que comúnmente se les

nombra como “las otras radios” y que configuran un escenario diferente y alternativo a la industria de la radio comercial, es decir, el de todas las empresas agrupadas en el Comité de Radio.

Con el fin de no extraviarnos en la complejidad, para tipificarlas tomamos en cuenta y analizamos, algunas de sus características: ubicación geográfica, propiedad de la emisora, objetivos que persigue y cómo se han definido éstos, gestión de la emisora, una breve mirada a sus contenidos –de los que se desprenden de sus objetivos, su estrategia comunicativa –que se expresa en su oferta programática, participación de la población a la que atienden o modalidades de participación social en la emisora, y estatus legal (si cuentan con autorización del MTC).

- a) Radio comercial provinciana: los empresarios de los cuatro suyos

Los grupos y consorcios empresariales<sup>2</sup>, lo que hemos llamado la industria de la radio, no son el único modelo de negocio en la radiofonía peruana. A lo largo y ancho del país se encuentra una gran diversidad de experiencias de empresas de carácter comercial. La siguiente tabla, tomada del informe sobre Estadísticas de Radio y TV 2015 elaborado por [CONCORTV](#), muestra la gran dispersión en la propiedad de los medios radiales en nuestro país.

En muchos distritos del país existen emisoras de radio pertenecientes a pequeños y microempresarios que, por diferentes razones, emprendieron la gestión de una estación radiofónica. Por ejemplo, se encuentran micro broadcasters muy aficionados a un determinado tipo de música quienes, al no encontrar en su momento dicho género en la oferta de las emisoras regionales o nacionales, decidieron establecer una emisora que tuviera como fin, desde un inicio, la difusión musical. Incluso, en la Lima conurbana, hay emisoras sin licencia que difunden música de determinadas regiones del país para la población migrante: los nuevos limeños.

Encontramos también emisoras comerciales provincianas que aspiran a ser medianas y hasta grandes a escala

<sup>1</sup>El artículo 9 de la Ley de Radio y Televisión clasifica los servicios de radiodifusión, en razón de los fines que persiguen y del contenido de su programación en:

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

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

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

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

<sup>2</sup>Nos referimos principalmente a la actualización del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias, documento con el cual el MTC orienta y aprueba la entrega de autorizaciones. Sin la existencia de dicho estudio el Ministerio ni siquiera inicia el trámite que culminará con la entrega de permisos formales a las estaciones de radio.

CUADRO 1: ESTACIONES DE RADIO POR ORGANIZACIÓN/EMPRESA

RAZÓN SOCIAL	# ESTACIONES	%
1. ASOCIACION CULTURAL BETHEL	130	2.85%
2. CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C.	100	2.19%
3. INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU - IRTP	83	1.82%
4. RADIO PANAMERICANA S.A.	58	1.27%
5. PRODUCCIONES ASTURIAS S.A.C.	50	1.10%
6. MINISTERIO LA LUZ	42	0.92%
7. GRUPO RPP S.A.C.	38	0.83%
8. RADIO "A" FRECUENCIA MODULADA S.A.C.	33	0.72%
9. RADIO "Z" ROCK & POP S.A.C.	27	0.59%
10. ASOCIACION RADIO MARIA	25	0.55%
OTROS	3980	87.17%
<b>TOTAL DE EMISORAS A NIVEL NACIONAL</b>	<b>4566</b>	

Fuente: Estadísticas de la Radio y TV 2016. CONCERTV.

regional -la mayoría en AM-, que en algún momento de su historia lograron renombre en importantes ciudades del país. Entre estas figuran por ejemplo: Radio Libertad, en Trujillo; Radio Nevada o Radio Melodía, en Arequipa; Radio Tacna, en la ciudad del mismo nombre. Sin embargo, el gran reto que han afrontado –y que en varios casos lo siguen haciendo- es su sostenibilidad, en una competencia feroz con los consorcios y grupos de las radios limeñas.

Su programación se caracteriza por combinar espacios musicales e informativos con revistas de opinión y entretenimiento, con el acento propio de lo regional y local logrando un verdadero reconocimiento de la audiencia. No obstante, sus costos de producción resultan elevados si se comparan con los presupuestos publicitarios que logran en sus respectivas regiones y ciudades. Como consecuencia, cada día les resulta más difícil competir con emisoras pertenecientes a la industria de la radio que transmite desde Lima.

Algunas emisoras comerciales regionales se han visto obligadas a alquilar espacios radiales a terceros, no siempre productores radiales, a cambio de un pago mensual, incluso diario. La crisis originada por no contar con suficiente publicidad ha obligado a estas emisoras a dejar de estructurar y ofrecer una programación propia. Han pasado a convertirse en difusoras de varios programas inconexos y con diversos y hasta antagónicos objetivos, en la mayoría de los casos de bajo presupuesto de producción y, por ende, de dudosa calidad radiofónica.

b) La voz del Perú profundo: las radios de comunidades campesinas y nativas

En el Perú existen 7599 comunidades campesinas y nativas,<sup>3</sup> pero en relación con ese número y al total de emisoras formalmente establecidas, podemos afirmar que muy pocas comunidades indígenas han emprendido la gestión de emisoras de radio.

Las emisoras de las comunidades campesinas y nativas se ubican en su gran mayoría en la FM. Entre sus principales características podemos mencionar su baja potencia, cobertura geográfica bastante limitada y alcance circunscrito a las localidades rurales del ámbito de la comunidad, aunque algunas ni siquiera satisfacen ese espacio. Además, cuentan con la participación de los miembros de la comunidad, desde niños hasta adultos mayores. Sin embargo, debido a la escasa capacitación que han recibido para su labor de comunicación radial, el juicio académico o la escucha de algún poblador urbano, acostumbrado a las emisoras comerciales, podría catalogarlas como “de baja calidad”. Y es que la estética de estas emisoras es muy diferente a los estándares de las emisoras urbanas, lo mismo que el manejo de géneros y formatos radiofónicos de los productores profesionales de la radio. Esta diferencia representa también una peculiaridad aún poco estudiada.

Un ejemplo importante es el de Radio Quispillacta, ubicada en la ciudad de Huamanga, capital de la región Ayacucho, emisora que transmite en los

<sup>3</sup> Fuente INEI-IV CENAGRO.

1120 AM, de propiedad de la comunidad campesina del mismo nombre, siendo toda su programación en quechua.

Si bien podemos narrar muchas experiencias, cada una con sus propias características, algo que unifica a las emisoras de las comunidades indígenas peruanas son las enormes dificultades que deben sortear para acceder a su formalidad. Si bien la Ley de Radio y TV contempla la modalidad de radiodifusión comunitaria como mecanismo de expresión de la sociedad rural, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) no ha logrado simplificar los pasos para formalizar este tipo de experiencias. Por ejemplo, los trámites se hacen en la capital, en español y no en idiomas tradicionales. Además, los estudios técnicos realizados por el MTC para establecer servicios de radiodifusión están inconclusos o desactualizados<sup>4</sup>, limitando de esta forma la provisión de permisos y licencias formales a este tipo de emprendimientos comunicacionales.

#### c) Del púlpito al dial: la Iglesia en la radio

Es público el importante trabajo realizado por la iglesia –católica y evangélica– en el ámbito mediático. La radio constituye el medio de comunicación, en el Perú (y en varios países de Latinoamérica), a través del cual la iglesia está presente en muchas capitales de regiones y de provincias. Nos referimos por ejemplo a Radio Santa Rosa o Radio María, que transmiten en Lima; y la segunda, además, en varias capitales de regiones del país; Radio La Voz, de la Selva de Iquitos; Radio Onda Azul, de Puno; Radio Oriente, de Yurimaguas, entre otras. La Iglesia evangélica también cuenta con varias emisoras, como el Ministerio La Luz.

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

a) Hay emisoras que son religiosas, de allí que reciban la denominación de “eclesiales” o simplemente radios de iglesia por su contenido portador del discurso oficial de una iglesia determinada. Elaboran programas a partir de las Sagradas Escrituras y algunas transmiten la misa y el rosario o el culto evangélico.

b) Existe también un grupo amplio de estaciones que tienen como objetivo evangelizar, a las que podemos llamar radios evangelizadoras, meta que aún no definen con precisión ni consenso. Algunas emisoras de la Iglesia católica evangelizan “enseñando la palabra del Señor” y producen programas muy cercanos al discurso institucional, tradicional y hasta conservador. Sin embargo, hay otras que han logrado reconocimiento al convertirse en instrumentos de representación de los sectores populares de la sociedad. Estas emisoras que por sus contenidos son llamadas radios ciudadanas porque defienden los derechos ciudadanos de la población. Destacan en este grupo las pertenecientes a la congregación de Santo Domingo que gestionan Radio Quillabamba, en la provincia del mismo nombre en Cusco, Radio Madre de Dios, en la región del mismo nombre, Radio Santo Domingo, en Chimbote y Radio San Martín, en Arequipa, entre otras.

También hay emisoras que se definen como radios populares. Característica que data de los años de su creación, en la década de 1970, cuando jugaron un papel importante para el movimiento popular campesino, sindical o barrial y sus demandas reivindicativas.

Otras se definen como radios educativas, porque usan la difusión radial como herramienta de trabajo. Respecto de sus objetivos, se podrían mencionar por lo menos tres particularidades: apoyo a la educación formal, la que fue muy exitosa en la década de 1970. Una segunda característica es su atención a una población determinada, de acuerdo con su ubicación geográfica o su interés temático, no necesariamente eclesial. Destacan en esta modalidad Radio San Sebastián, en Chépén, La Libertad y Radio Enmanuel de Huaycán, en la zona este de Lima.

Al respecto, uno de los mejores ejemplos es Radio Onda Azul de Puno la que, en la década de los años 80 y 90, logró consolidar un equipo profesional y comprometido con los más pobres, que en aquel entonces vivían entre “dos fuegos”. De acuerdo con el testimonio de su director, recogido en el Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR), entre 1981 y 1992:

La iglesia contaba con Radio Onda Azul. Cuando sucedía un hecho de violencia en un lugar, salía el equipo de la Vicaría y Onda

<sup>4</sup> Nos estamos refiriendo a las empresas de radiodifusión como Corporación Radial del Perú (CRP), el Grupo RPP y a otros grupos de radios comerciales que confluyen con las primeras en el Comité de Radio. Véanse detalles en <http://www.comitederadio.com.pe/>

Azul salía en el mismo carro o en otro, pero ambos estaban en el lugar. Generalmente siempre había un abogado, un sacerdote o religiosa y un periodista. El medio de comunicación hablaba del tema todos los días.<sup>5</sup>

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

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

#### d) Radios y ONG

Las ONG también desarrollan un trabajo radiofónico interesante. Si bien son pocas las que tienen licencias de estaciones de radio -muchas de ellas están vinculadas a congregaciones de la Iglesia católica-, existen experiencias en las que estas organizaciones promueven que los grupos sociales de base asuman, a mediano plazo, la gestión de dichas estaciones. Es el caso del Centro de Educación y Comunicación ILLA, institución que ha promovido emisoras en Ica, Puno, Piura y que, luego de tres años de asistencia técnica y capacitación, entrega las estaciones para que sean manejadas por la población organizada.

Dentro de las congregaciones religiosas católicas que promueven emisoras de radio figuran la del Sagrado Corazón, la orden jesuita, que mediante sus organismos de desarrollo promueve la comunicación y el progreso social en diversas regiones del país. Tales son los casos de Radio Cutivalú de Piura; Radio Maraón, en la provincia de Jaén, región Cajamarca y Radio Kampagkis en la provincia de Condorcanqui, región Amazonas.

Estas emisoras, promovidas o gestionadas por ONG, cuentan con licencia de carácter educativo y cumplen un destacable rol de promoción

del desarrollo social, apostando por la libertad de expresión como derecho fundamental.

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

A pesar de no existir cifras exactas, en muchos distritos<sup>6</sup> de nuestro país funcionan emisoras de radio que sirven, fundamentalmente, como instrumentos de difusión y propaganda de la gestión edil. Al respecto, brindamos tres interpretaciones posibles:

a) La necesidad del gobierno local o provincial de informar sobre su gestión y de convocar a los vecinos a participar de las actividades que organiza el municipio.

b) La segunda está basada en las declaraciones de algunos alcaldes, quienes señalan que es su obligación brindar entretenimiento a la población. En consecuencia, retransmiten emisoras de contenido musical e informativo de la capital.

c) Por último, están las emisoras que con descaro funcionan como instrumento propagandístico apuntalando los afanes reeleccionistas del alcalde de turno.

La mayoría de estas emisoras no cuentan con licencia formal ni social. Sin embargo, el poder local o provincial les otorga una pseudo inmunidad.

#### f) Las radios de la industria extractiva

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

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

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

<sup>5</sup>Tomado del Informe Final de la CVR, Tomo III, Capítulo 3: Las organizaciones sociales, en <http://www.cverdad.org.pe/ifinal/index.phpque>

<sup>6</sup>Como Radio Municipal de Chachapoyas 99.1FM, en la región Amazonas. <http://www.munichachapoyas.gob.pe/portal/servicios/radio-municipal/radio-chachapoyas-en-vivo> Radio Municipal del Distrito de Puquina, en la provincia de Sánchez Carrión, en la Región Moquegua.

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

### ***Sobre los complejos caminos de la radio peruana***

La tipificación de las diversas radios que se escuchan en el Perú que hemos presentado, no es más que un inicial bosquejo de un medio de una enorme diversidad de expresiones y modalidades de producción. Además es un medio en permanente evolución y cambio, a pesar de esto proponemos algunas conclusiones sobre la radio en el Perú:

**La ausencia de lo público** genera varias de las complejidades en la radiodifusión peruana. Por ejemplo, la radio educativa ha asumido parte del rol histórico desempeñado por las radios públicas en otras partes del mundo, promoviendo la participación social de la audiencia, en tanto ciudadanos.

**Democracia desde lo comunitario.** La aprobación legal de la radiodifusión comunitaria es un avance importante en un país intercultural. Sin embargo, el otorgamiento de muy pocas licencias de esa modalidad, es una deuda que se debe saldar. Es, sin duda, también un déficit de la inclusión social en nuestro país.

**Lo diverso como riqueza,** la pugna por la comunicación y la multiculturalidad peruana son características de un país que hace de la comunicación masiva –en este caso radial- un escenario variado que, además, puede ayudar a sostener y fortalecer la democracia desde la libertad de expresión.

**La abundancia de experiencias** equivale a múltiples oportunidades para los estudiantes y jóvenes profesionales de la comunicación. Estos tienen en la radio un medio con menor figuración que los audiovisuales y digitales, pero de gran incidencia social. Además, juega un importantísimo rol en un país como el Perú, con una educación que debe ser apoyada de todas las formas y con un proceso democrático que puede ser fortalecido desde una responsable práctica de libertad de expresión desde la radio.