

## ***CAPITULO IV : EMISORAS COMUNITARIAS EN EL DISTRITO DE SAN MARTIN DE PORRES.***

### **1. DISTRITO SELECCIONADO**

#### **1.1. Ubicación Geográfica**

El distrito de San Martín Porres está situado al N.O. del centro de Lima entre la margen derecha del río Rímac y la izquierda del río Chillón. Su latitud respecto del Ecuador es 12°01'40" y su longitud es 77°02'36" Oeste del Meridiano Greenwich. Este dato corresponde a su capital que es el barrio Obrero, Limita al Norte con Puente Piedra y los Olivos; al Sur: Cercado de Lima y Carmen de la Legua; al Este: Rímac, Independencia y Comas; y al Oeste con el Callao.

#### **1.2. Población:**

Según el Censo Nacional de INEI de 1993 la población del distrito de San Martín es de 380,384 habitantes. La población conformada por los hombres con 185,013 y las mujeres 195,371. <sup>1</sup>

#### **1.3. Reseña Histórica del Distrito**

En un comienzo San Martín de Porres, pertenecía a la jurisdicción del distrito de Carabaylo, el que debido a su gran extensión se había visto obligado a crear tres Agencias Municipales para efectos de una mejor administración.

Esta centralización produjo la desatención de los moradores de 25 centros poblados ubicados entre el Puente del Ejército, la Carretera Panamericana, el río chillón y el Océano Pacífico. Estos pobladores en una ceremonia cívica, realizada el 25 de noviembre de 1949, expusieron ante el Alcalde del Consejo Provincial de Lima, y al Alcalde del distrito de Carabaylo y a otras autoridades, su voluntad de independizarse y crear un nuevo distrito. <sup>2</sup> En el terreno que hoy ocupa San Martín de Porres, existían entonces haciendas como Chuquitanta, Pro Infantas, Naranjal, Garagay Alto y Bajo entre las principales.

Durante el gobierno del general Oscar R. Benavides (1934-1939) se inicio la

---

(1) . INEI . Censo Nacional,1993. Pág 81

(2) **DEGREGORI**, Carlos Iván. Conquistadores de un Nuevo Mundo. De Invasores Ciudadanos en San Martín de Porres. Lima, diciembre 1986. Pág 167

construcción de tres sectores denominados “Barrios Obreros”. La construcción de los Barrios Obreros, ubicados en la actual zona de Caquetá concluyó 1940, durante el primer gobierno de Manuel Prado (1939 –45).<sup>3</sup> El tercer Barrio Obrero se situó al Nor-Oeste del Parque de Trabajo y estaba formado por dos pasajes de casas de dos plantas. En 1939 y parte 1940 se construyó el Cuarto Barrio Obrero, levantándose al sur del Parque del trabajo y esta construido por tres pasajes de casas de dos plantas. Así se produjo el Quinto Barrio a la altura del Cuarto Barrio.

En el gobierno del Dr. José Luis Bustamante y Rivero, durante los años 1945 – 1948 se produjeron invasiones sucesivas en las tierras que colindan con la actual Av. Perú. Fueron 3 millones de metros cuadrados de la testamentaría. Aparición que beneficiaron a 8 mil familias invasoras.

El 25 de noviembre 1949 en ceremonia cívica, la población se pronuncia por la independencia, hallándose presente el alcalde de Lima.

Hacia 1956, unas 9,000 personas habían recibido sus tierras y 31,000 esperaban sus lotes; lo cual era una cantidad fabulosa para su época por lo que llamaron a esta conducta del gobierno Paternalismo. Sin embargo a las personas que se les proporcionaba sus terrenos no se les daba sus títulos de propiedad. Conjuntamente a estos hechos se sucedieron muchas invasiones como la del margen derecho del río Rímac, los casos de Cruz de Mayo, San Pedro, Santa Rosa Alta y Santa Rosa Baja entre otros barrios. Otras formas de población del distrito han sido a través de Asociaciones Pro-vivienda, Cooperativas e Inmobiliarias; pese a la existencia de leyes que protegían las áreas agrícolas. Este proceso ha dado lugar a las urbanizaciones del Cono Norte.

Al ascender al gobierno el General Manuel Odría encontró una gran influencia popular del Partido Aprista (APRA) y para contrarrestarlo optó por la creación de un nuevo distrito según D.L. N° 11369, al que lo llamó Distrito Obrero Industrial 27 de Octubre. Este gran acontecimiento sucedió el 22 de mayo de

---

(3) **DEGREGORI**, Carlos Iván. Conquistadores de un nuevo mundo. De Invasores Ciudadanos en San Martín de Porres. Diciembre, 1986. Pág 41

1950, por lo cual esta fecha es el día festivo del Aniversario del Distrito de San Martín de Porres.

En 1956 por Ley 12662 cambia a Fray Martín de Porres (25 -10 -1956) y finalmente con la canonización del entonces beato, pasa a su actual denominación, D.S. 382 A-M (11- 05 -1962)

Los últimos años el crecimiento demográfica del distrito ha sido vertiginoso instalándose gran cantidad de tiendas comerciales e industriales, el incremento de mercados informales que están en pos de formalizarse.

## **2. GESTA DE LOS MERCADOS DE SAN MARTIN DE PORRES - RADIO COMUNITARIA E HISTORIA.**

### **2.1. MERCADO FÁTIMA.**

El Mercado Fátima con más de 35 años de existencia, nace cuando el distrito de San Martín de Porres era aún un Pueblo Joven, la migración era cada vez más, surge el distrito, los pobladores buscan lugares donde laborar o expender sus productos. Invaden las calles, avenidas, que aún eran chacras.

En la década del 70 al 80 los migrantes deciden quedarse en la capital, estableciendo su residencia. Los comerciantes proceden de la Costa, Sierra y Selva del Perú, con una diversa cultura.

En ese proceso surge el mercado Fátima como una paradita informal, con unos 15 trabajadores aproximadamente, en un pequeño parque de forma triangular ubicado en el Jr. Bella Unión cuadra cuatro , hoy Avenida Universitaria donde se mantuvieron por un par de años. Trasladándose al costado del colegio de primaria llama las Loras que está en la misma cuadra de la Avenida Universitaria. En cuatro años se mudaron entre la Av. Perú y la Av. Abancay cuadra uno y dos, instalando sus negocios. Años después, el mercado crece entre las cuadras 1, 2, 3, y 4 de la Av. Abancay, los comerciantes construyen sus puestos y los ambulantes se establecen en lugares fijos.

Así se fundan el mercado denominado “El Sindicato de Trabajadores del Mercado Fátima SITRAMFA”, el 20 de Noviembre de 1958, reconocido

Jurídicamente R.S.D. N° S.P.L. , el 3 de Julio de 1968 con la primera Junta Directiva, cuya Presidenta fue la Sra. Ana María Palomares. Entre los dirigentes del mercado que más recuerdan es al Sr. Antonio Exebio Farce, la Sra. Teodocia Gutiérrez, el Sr. Anastasio Barrionuevo, El Sr. Fortunato Zuñiga , Raúl Palomares entre otros. La Junta Directiva es elegido todos los años en el aniversario del mercado, que es el 20 de Noviembre.

Los comerciantes en acuerdo con su Directiva crearon su propio medio de comunicación, la radio parlante con la finalidad de comunicarse con los demás.

El mercado Fátima con 450 puestos y más 150 ambulantes fijos en la cual funcionaba un PRONOI – Jardín para niños llamado “Rayitos de Luz”, donde acogían a niños de 3,4,5, años, hijos de los trabajadores y de la misma comunidad. La que era financiada por el Estado.

En el mercado Fátima se hizo un proyecto de Educación Popular en los meses de verano, de los años 1992, 1993, 1994 sucesivamente, para escolares, hijos de comerciantes y estudiantes de la zona. En “Adelanto Escolar y Nivelación, en lecto – escritura para primaria y secundaria. La que ayudó a los chicos ha mejorar su nivel educativo, así no perder el tiempo en sus vacaciones, la iniciativa fue buena, porque no sólo se benefició a los escolares, sino a profesores egresados de educación, quienes adquirieron una experiencia satisfactoria.

Asimismo se implemento el programa de alfabetización para adultos, lo que contribuyo con los comerciantes y amas de casa que no sabían leer ni escribir.

Fátima; como todo centro de abastos cuenta con su **SANTA PATRONA** la “**Santísima Virgen de Fátima**”, la que compraron los primeros comerciantes del mercado. Donde realizan su fiesta patronal todos los años, cada 13 de Mayo con un ambiente colorido, con castillos, vacas locas, presentación artística de nuestro Folklore, danzas de diferentes regiones del país a cargo de su cofradía “Virgen de Fátima”, la que se nombra cada año para llevar la mayordomía de la tan esperada fiesta patronal. Así la masa

trabajadora y la comunidad se siente en su pueblo con las mismas o parecidas costumbres que al llegar a la capital no lo pierden.

Actualmente, el mercado Fátima se ha trasladado cerca del lugar, en la Avenida Universitaria cuadra cuatro en un local propio, formalizando así su situación. En su nuevo local se han construido puestos para diversos giros, desde abarrotes hasta ropas. En el distrito de San Martín de Porres siempre ha persistido el problema de informalidad en los mercados, a la que aún las autoridades del municipio no han sabido dar una solución viable; de estos acontecimientos ha sido participe la radio comunitaria de los mercados.

### **3.1.1. Importancia**

El Mercado Fátima por su ubicación es inmediato para la comunidad, provee diversas mercaderías de uso comestible, al alcance de la mayoría. Un mercado que sirvió a la comunidad cuando el distrito se estaba formando, y luego cuando éste creció. Ahora sigue al servicio del distrito.

El mercado se ha caracterizado por atender demandas populares; gente de barrio, caseritas, migrantes, a través de sus diversos servicios., donde la concentración del público llegó hasta 8,000 personas en un fin de semana, según la investigación de una empresa de publicidad llamado **Josvic**. Por lo que destacamos su importancia.

### **2.1.2. Radio "Fátima" y sus Antecedentes**

La Radio del Mercado Fátima se ha instalado gracias a la iniciativa de los primeros trabajadores del mercado y de los Dirigentes, con el propósito de anunciar comunicados para defender el terreno donde ellos trabajan, luego para pasar música y dar ambiente al mercado, pero con el tiempo su uso fue tomando importancia en el mercado. Los dirigentes cedieron su conducción a uno de los comerciantes, quién era el responsable de emitir, música, avisos, charlas. La radio se transformaba en instrumento importante de comunicación. Uno de los primeros locutores de la radio fue el Sr. Eleuterio Quispe, quién también fue dirigente del mercado.

Llegando a la década de los 90 la radio del mercado Fátima tuvo un desarrollo interesante, cuando este es conducido por un locutor aficionado, el Sr. César Vargas un radio aficionado, quién dio cierta acogida al público y a los trabajadores. Anunciaba avisos, promovía campañas de salud, limpieza, y la constante difusión de música de diferentes lugares de la región del país, saludos de cumpleaños entre otras cosas interesantes.

Por el año 1992 la radio se reabre y es dirigido por mi persona (en ese entonces estudiante de Comunicación), muy interesada en la Comunicación Popular. Entusiasmada desde el comienzo inicio mi labor en la radio con algunos cambios, reviso las instalaciones de los equipos, los parlantes, el amplificador para mejorar el sonido que no era nítido. Sé estructura la programación la que me ayudo a transmitir con mucha acogida los programas. También se ambientó la cabina de radio para que sea acogedor y poder recibir con cierta comodidad a nuestros invitados.

La radio se emitía en horario del mercado de 8 de la mañana a 2 de la tarde. Muchas veces se prolonga hasta las 3 o 4 de la tarde en cumpleaños, fiestas cívicas. Los demás días se tenía cuidado para no perturbar la tranquilidad de los vecinos con el sonido.

A continuación algunos alcances breves de la programación en la emisora del mercado Fátima en esta última década.

#### **TESTIMONIO :**

*El programa se iniciaba a las 8 de la mañana, con el Himno Nacional, saludaba a los trabajadores que cumplían años con temas musicales para la ocasión, huaynitos de su preferencia; después trasmitía noticias breves del distrito, comunicados importantes, luego presentaba música del folklore andino hasta las 9 de la mañana.*

*De 9 am. a 10 am. se trasmitía "La Hora Romántica", donde se escuchaba boleros, pasillos, baladas con mensajes de Apropo, pensamientos para la ocasión, refranes con su respectivas reflexiones.*

A partir de las diez de la mañana estaba el programa **“Variando la Mañana”**, donde se emitía música extranjera, salsa, rock, teckno, merengue con saludos y avisos importantes para la comunidad; por ejemplo campañas de salud, de limpieza, entre otros.

La publicidad se pasaba desde las 8 de la mañana hasta que terminaba el programa cada media hora y cada cuarto de hora.

Continuando con la programación a las 11 de la mañana se emitía otro programa llamado **“Orientando Nuestra Vida”** con la colaboración de especialistas que trataban diversas temas de interés público tales como salud, educación, cultura, música la que se difundía con la participación del público y de los trabajadores. Temas como: “cuidado de los dientes” , “Problemas del aprendizaje” “Problemas judiciales”, “problemas emocionales”, “medicina natural”, eran tratados por nuestros especialistas.

Luego **“La Hora Criolla”** de 12pm. a 1pm. donde destacaba los valores artísticos de los cantantes de música criolla. En esta hora también pasaba un micro espacio llamado **“Prácticos Consejos”** donde se hablaba de recetas de comida, consejos para el hogar entre otras cositas interesantes para las amas de casa.

De 1 pm. a 2pm. de la tarde Teníamos nuestro espacio de música Tropical Andino (chicha, cumbia), de una hora que se difundía con avisos al servicio de la comunidad como pérdidas de objetos, personas, animales, donaciones, alquileres de casa, venta de objetos, comunicados de la municipalidad.

Las fiestas cívicas tenían programaciones especiales con la participación de los trabajadores, amas de casa, por ejemplo cuando era el día de la

madre intervenían cantando, recitando, saludaban a las madres con sus propias palabras. Se sentían motivados, contentos,

otra de las cosas que les gustaba a la gente eran los sorteos gratuitos. En fechas de Navidad, Año Nuevo, en Fiestas Patrias y en otras fecha se realizaba concursos de diversa índole. Los regalos lo conseguíamos de las casas comerciales de la zona. con los canjes de publicidad.

A la gente le agradaba ser educada, ser orientada con chispa, con buen sentido del humor, no con esquemas serios, porque se aburren, se cansan cuando se habla muy seguido; los mensajes tienen que ser sencillos, entendibles. Porque en los mercados existen personas que no saben leer ni escribir, entonces hay que saber elaborar nuestros mensajes. Estos espacios tienen que ser dinámicos y muy bien diseñados.

La radio tenía su propio nombre, con la que se identificaba , **“Radio Onda Nueva”**. Con el slogan **“Tu mejor compañía”**. La gente decía: que les encanta venir al mercado porque hay música, mensajes bonitos. Si no les parecía te lo decían, por que la comunicación es inmediata, DIRECTA, presencial, la respuesta es increíble, porque si tienes algún defecto, se acercaban y te lo decían. Cuando alguien se extraviaba acudían a la radio de inmediato o cuando solicitaban trabajo. Los avisos a la comunidad era el pan de cada día, comunicados de colegios, invitaciones deportivas, alquiler de viviendas, perdida de animales, personas, objetos, servicio de empleo, decesos, comunicados pidiendo colaboración para enfermos (servicio social), etc., cuyo espacio se denominaba **“Aviso al Servicio de la Comunidad”**.

En los cumpleaños de los trabajadores el mercado se vestía de fiesta, con canciones de su preferencia, banda de su tierra; no les importaba el día



que era su cumpleaños lo festejaban con tanta alegría hasta hacían comida para todo el mercado y para sus caseras para celebrar como en su tierra. Siendo la radio el invitado principal para pasar los saludos, la música, y transmitir las emociones de los comerciantes; todo esto llamaba mucho la atención a las amas de casa, quienes también se involucraban en el acontecimiento.

A diario los trabajadores solicitaban a la radio su música, preferida y sugerencia de temas que les interesaba; porque no sólo se propalaba música Peruana también música extranjera, para variar nuestro programación, lo que permitía mejorar nuestros espacios en la radio, pero siempre resaltando lo nuestro.

La radio seguía creciendo en su interés a pesar de sus limitaciones. Se empezó a trabajar con dos hasta tres locutores y asistentes de publicidad quienes se encargaba de buscar el financiamiento, y los invitados. El trabajo era mas profesional, la publicidad financiaba el funcionamiento de la radio, la cual se lograba con una visión diferente de radio popular. Se tenía formatos de contrato, recibo de pago, boceto de publicidad, grabaciones de publicidad, sin dejar de lado la implementación continúa de la radio. Se compraron grabadoras, cassetts, micrófonos para mejorar el nivel de la radio. Se hizo un pequeño festival de radio con presentación de artistas.

Los espacios de "**Medicina naturista**", tenía respuestas inmediatas en el público, se invitaba a especialista para que nos expliquen la propiedad de las plantas curativas, la que interesaba mucho a la gente. Se llamaba a las personas para que consulten a través de la radio sobre sus inquietudes. Eso fue uno de los espacios que más me gustaba por que la gente pedía curarse

*con poco dinero a base de plantas. Lógicamente nuestros invitados tenían que ser personas especialistas en el asunto y no charlatanes, por que en los mercados suelen venir los charlatanes de eso hay que tener cuidado.*

**Los Dirigentes** participaban cuando les urgía anunciar algún comunicado por ejemplo: comunicar la enfermedad de un comerciante y pedir colaboración para reunir a asambleas a los trabajadores, pero al margen de las urgencias del mercado, se hacía participar a los dirigentes para que ellos hablen por la radio con sus mensajes en fechas festivas, por ejemplo en el día del Trabajador preparaban un discurso saludando a los comerciantes, resaltando las cualidades de los trabajadores y aspectos alusivos a la fecha; luego se continuaba con la programación hablando sobre esa festividad. A veces los dirigentes y algunos comerciantes venía a la radio trayendo sus propios mensaje, la que trasmitían en radio como en el día del campesino, fiestas patrias. Esto motivaba que otros dirigentes y trabajadores también participen, porque la participación en radio es muy importante, queremos que el pueblo pierda el temor de hablar para reclamar, hacer respetar sus derechos y ejercer su ciudadanía que muchas veces no lo hacen por esa falta de participación.

*Se promocionaba la radio a través de afiches, y volantes que eran repartidos por todo el distrito. Luego se hizo un boletín a nombre de la radio era como un Magazine donde se escribía de todo un poco. Recetas de comida, noticias del distrito, avisos, publicidad. Con pequeño publireportaje al mercado y a la radio, de esa forma toda la comunidad se enteraba de la existencia de la radio y de los servicios que esta presta al pueblo, porque estos materiales se repartían en forma gratuita.*

*Realmente la radio comunitaria del mercado ha sido una experiencia muy interesante de comunicación..."*

Este proyecto de trabajo en radio se llegó a realizar hasta finales de 1996, luego decido retirarme para aportar mi experiencia en otros mercados del Cono Norte.

A inicios del 1,997 la radio en el mercado Fátima continuo con su difusión, esta vez en manos de una aficionada en radio, quién siguió el trabajo con algunos cambios, pero el programa era similar en su estructura con pequeñas diferencias en cuanto al estilo. La que dejo de funcionar por el traslado del mercado. Después de reubicarse el mercado está replanteando la posibilidad de potenciar la radio para su mayor utilidad.

## **RADIO "ONDA NUEVA"**

### **DEL MERCADO FATIMA**

*Cabina de radio del mercado Fátima en el año 1996, está cabina lo construyeron los comerciantes del mercado. Cuando llegue a trabajar lo ambientamos para que sea más atractivo.*

#### **La Radio en el Día de la Madre**

*La gente se emociona cuando se celebraba por la radio los principales acontecimientos del quehacer social, cultural. En la foto se muestra como las madres reciben sus regalos en su día.*

*El valor del regalo no les importaba, les gustaba participar y decir lo que siente en ese momento. Reflejaban expresiones de alegría y nostalgia.*

*Amas de casa, comerciantes del mercado participaban del sorteos gratuito por el día de la madre. Tenía que depositar en la ánfora en un papel escrito su u nombre completo para ser sorteados.*

*En las dos fotografías la Sra. María y la Sra. Antonieta recibiendo sus regalos. Una es ama de casa y la otra es comerciante del mercado.*

## 2.2. MERCADO "CONDEVILLA"

En el año 1962, surge el mercado como Sindicato de Trabajadores del Mercado Condevilla, en sus inicios se ubicaron en el Parque Carrión en la cuadra 34 de la Avenida José Granda primera etapa de Condevilla con un grupo de 20 comerciantes deseosos de encontrar un lugar donde vender sus productos para sustentar la economía de su hogar, se mantuvieron en el parque Carrión durante 3 años hasta que decidieron irse a jirón Canta donde laboran en la actualidad, en el lugar antes sembraba tomates, verduras la que fue habilitado para otros fines, pero los comerciantes acordaron comprar el terreno a la Corporación Nacional de Viviendas, propietarios de esas tierras.

**TESTIMONIO:** *Antonia Mayta afirma: Cuando el mercado era una pampa, la gente ponía sus mesas, poco a poco hicieron sus puestos y formamos la Directiva.*

Los primeros comerciantes, impulsaron a que el mercado crezca, y se instaure la Cooperativa de Servicios. Entre los fundadores encontramos: al Sr. Teodoro Tiza, quién fue el primer Presidente del mercado; el Sr. Factor Carbajal a cargo de la Secretaria y los comerciantes más antiguos del mercado son : Emitterio Suleta, Gelacia Pascual entre otros.

La Cooperativa del Centro Comercial Condevilla se constituye como Cooperativa de Servicios, Construcción y Mantenimiento del Mercado Condevilla Señor Limitada con el N° 199, el 13 de Enero de 1967. Se inscribe en el Asiento N° 1 Tomo I, FOLIO N° 449 – del Libro de Cooperativas del Registro de Personería Jurídica, de los Registros Públicos de Lima. Posteriormente el 7 de Enero de 1991, se cambia la denominación Cooperativa de Servicios Especiales del Mercado Condevilla Señor Limitada. Su estructura social pertenece a la modalidad del usuario.

En 1984, se plantean un proyecto de construir el mercado propio, pero por los inconvenientes que se presentaron no pudieron concretar su objetivo.

Actualmente están construyendo su propio local después de tantos años de lucha.

La cooperativa cuenta con 160 socios inscritos, y 150 ambulantes, haciendo un total de 350 trabajadores, pero junto al mercado están otras asociaciones de comerciantes que antes formaban el Sindicato de Trabajadores del Mercado Condevilla. Tenemos la “Asociación de Comerciantes San Juan, Fundado el 9 de Noviembre de 1979, reconocido 5074, Asiento 01, que se encuentra Av. Canta cuadra dos Condevilla desde hace 22 años. La Asociación “San Pablo II”, Asociación de Comerciantes Canta, Asociación José María Cordova y Asociación de comerciantes de Condevilla; todos pertenecen al mercado Condevilla, con un aproximado de 800 comerciantes en total.

En el Mercado Condevilla funciona un Jardín no escolarizado del INABIF, para los niños de la calle, hijos de trabajadores, también cuenta con Vigilancia de día y de noche, con Servicios higiénicos y distribuyen alimentos a los socios y a las personas humildes a través de su asistente social.

Como todo mercado, Condevilla realiza su **FIESTA PATRONAL** de la **“SANTÍSIMA VIRGEN IMACULADA CONCEPCIÓN”**, el 8 de diciembre de cada año. a través de su hermandad, quienes delegan la mayordomía a los socios que desean participar . Una fiesta tradicional, con banda de música, comida, presentación de artistas del folklore peruano. Todos estos acontecimientos es difundido por la radio del mercado para que la gente se entere paso a paso de todos los preparativos y del programa de la festividad. Siempre ha sido y es una costumbre religiosa en los centros de abastos, inclusive se ponen de acuerdo con otros mercados para celebrar el encuentro de sus santos o santas, con la visita reciproca a sus respectivos mercados, donde hacen bailar a sus santos con música de su tierra es muy curioso e interesante las fiestas patronales, costumbres de nuestros pueblos.

### **2.2.1. Importancia:**

Mercado Condevilla llamada 78, está ubicado altura de la cuadra 35 de la Avenida José Granda, tiene 5 cuabras de extensión, provee mercaderías en

todos los giros a los pobladores de la urbanización Condevilla, a los de urbanización Pacasmayo, urbanización San Germán y otras asociaciones de vivienda del alrededor que acuden hacer sus compras.

El mercado Condevilla está ubicado en el corazón de Condevilla donde asisten un promedio de 5,000 personas aproximadamente de lunes a viernes incrementándose los fines de semana muchas veces hasta 8,000 a 9,000 personas. Allí radica su importancia para la difusión de la radio, por tener una buena cantidad de personas que escuchan quieran o no la radio. A unos pasos del mercado existe una posta médica, quienes afirman que la radio es muy necesario para difundir sus campañas de vacunación y prevención de enfermedades.

### **2.2.2. Radio "CONDEVILLA" y sus Antecedentes**

La Radio del Mercado Condevilla es instalada al trasladarse al Parque Carrión al Jirón Canta, por la misma necesidad de comunicarse con los trabajadores. Comprando los principales equipos entre ellos: dos bocinas, un amplificador, un tocadisco, un micrófono, la que funcionaba en el puesto de un comerciante. Posteriormente se compra una grabadora, cassetts, 3 bocinas y se habilita una cabina construida por los comerciantes y los dirigentes.

En sus inicios la radio es conducida por los mismos dirigentes para transmitir sus comunicados de sus asambleas, después para difundir música, con el pasar del tiempo deciden dar en concesión. En algunas ocasiones la radio era alquilada a un comerciante, pero mayormente a un aficionado en radio, quienes se encargaban de la programación en acuerdo con los dirigentes.

Los trabajadores acudían para anunciar pérdidas, para mandar saludos, para anunciar campañas de vacunación, se emitía comunicados de la municipalidad, sobre Matrimonio Masivo, impuesto predial, y otras informaciones.

La radio en Condevilla ha tenido muchas experiencias interesantes en la década de los 90. Es conducido por radio aficionados quienes laboraban con otros locutores, la que hacía a la radio más dinámico, a la vez la opción de

escuchar era mejor. Existían señoritas encargadas de buscar publicidad para su financiamiento. La demanda era buena, pero siempre se transmitía avisos para la comunidad en forma gratuita, ya que la radio es de servicio. El esquema era mucho más ágil, dinámico. Todos los fines de Semana invitaban a artistas del folklore andino para entrevistarlos en vivo. La gente se emocionaba porque tenía la oportunidad de ver a sus artistas en directo.

Una de las locutoras aficionadas que trabajo en el mercado Condevilla fue la **Srta. Teresa Loayza**, quién nos da su testimonio.

**TESTIMONIO:** *"...la radio necesitaba un look diferente, una programación mucho más ágil, dinámico con temas variandos. A las personas les agradaba que les hables de cosas bonitas sobre la vida, de lo lindo que es trabajar, de aceptarnos unos a otros, mensajes reflexivos para que se animen y no se depriman.*

*Las radios en los mercados hay que saberlos conducir, porque ingresa diferentes grupos de personas en los mercados, hay un grupo que va hacer compras a las nueve, hay otro que asiste a las diez, el asunto está en darle en ese momento lo que la gente quiere escuchar. Se les daba recetas de comida baratas y sencillas, concejos para la caída de cabello, para el cuidado de la piel. La que agradaba a las amas de casa. Charlas sobre nutrición, enfermedades, medicina naturales. Inclusive se recibía visita de especialistas para hacer consultas gratuitas la que tenía acogida en los trabajadores. También invitaba a los artistas del folklore andino para entrevistarles en la radio, esto llamaba la atención del público.*

*La parte que más me gustado hacer en radio era la publicidad, buscar los clientes, elaborar mensajes, grabarlas y difundirlas en radio. Para mi era un reto conseguir clientes que auspicien nuestros programas. Cuando lo conseguía me sentía satisfecha. La experiencia en radio fue muy buena.*

*Estas radios parece sin importancia, pero es decisivo para entender a nuestros barrios sus problemas y alegrías..." sonrío Teresa.*

Radio Condevilla hoy sigue con ese trabajo que lo caracteriza a cargo de un locutor aficionado, quién está encargado de la programación, transmite música, comunicados.

**Juan Gómez**, es uno de los locutores de radios mercados con más de 28 de experiencia en el campo. Actualmente trabaja en el mercado Condevilla, nos cuenta su experiencia :

**TESTIMONIO:** ...*"Juan Gómez, para mi la radio es una experiencia muy importante de difusión, de cultura, educación y entretenimiento para todo los clientes, comerciantes del mercado. Lo que me gusta es de la radio, es la comunicación directa, que se da, puedo ver a mis oyentes , a diferencia de la radio tradicional. Además puede conversar con ellos, se lo que ellos quieren escuchar, tengo la oportunidad de conocerlos. Trato de hacer un programa variado para todos los gustos, con mensajes que educan y orienten. Trabajo de 8 de la mañana a 2 de la tarde. Tengo una hora de música romántica de 8 a 9 de la mañana. Luego trasmito música alegre, entre salsa, cumbia, merengue de 10 a 11de la mañana, de 11 a 12 emito la hora Latinoamericana. A las 12 viene la hora criolla., siempre con recomendaciones para las amas de casa, busco temas de reflexión por ejemplo les hablo sobre la alegría, la envidia, la madurez, la amistad. Temas que tocan y que sirven para reflexionar. Asimismo la hora del folklore andino con cantantes de diferentes regiones, promociono la música de los artistas, resaltando su creación artística.*

*La radio se financia con la publicidad. Nos apoyan las casas comerciales de la zona., trabajo con empresas que dejan publicidad para mercados como es*



la empresa **HERSAL**, quienes hacen grabaciones para las radios mercados en toda Lima Metropolitana.

*Pues la radio en el mercado es importante no solo para el trabajador sino para toda la comunidad.” nos dicen Juan en la cabina de radio...*

### **2.3. MERCADO “CANADÁ”**

El mercado Canadá nace allá por los años 60 en los albores del gobierno militar y por la necesidad de contar con un centro de abastos en la zona denominada, BARRIO LA ESPERANZA DE LOS AA.HH. URBANIZACION PERU , en cuyos años, se estaba poblando con los primeros emigrantes de las provincias del norte, centro, y sur del Perú.

Los pobladores, ya asentados en la zona y ante la necesidad de contar con un centro de abastos para así poder proveerse de los alimentos necesarios para su consumo y no tener que recorrer largos trechos y realizar extensas caminatas hacia los conocidos centros comerciales de la época, como eran los sectores de Pocitos, Caqueta, y/o en efecto ir hasta el mercado minorista de la parada, ubicado en el distrito de la Victoria, pues a la urgente necesidad de la época, un grupo de estos pobladores deciden formar una paradita, ubicándose en la calle más ancha de la zona, denominada hoy en día como la Av. Canadá.

El mercado Canadá, se encuentra en las cuadras 3, 4 y 5 de la denominada avenida Canadá, abarcando los jirones Río Branco, El Chaco, Sao Paulo, 30 metros aproximadamente en cada cuadra 17, 18 y una pequeña a la aproximadamente de 10 metros por lado de la avenida Perú (módulos rodantes) albergando en su seno un promedio de medio millar de comerciantes entre puestos fijos y móviles los cuales expenden una amplia variedad de productos comestibles y de pan llevar, así como una inmensa gama de productos manufacturados de diferentes fábricas nacionales y extranjeras los cuales cuentan en cantidad, calidad y precios competitivos el cual hace que su público se incremente día a día provenientes de diferentes

sectores como la urbanización Perú 1ra y 2da zona, Valdiviezo, Palermo, Rescate Ingeniería. Mirones bajo – Alto e incluso los clientes que se mudaron a otros distritos vuelven a realizar sus compras todos los Domingos para su consumo semanal.

Desde su formación, este mercado informal, fue visto con como una solución para cubrir las necesidades de nuestra comunidad, abasteciéndoles de alimentos necesarios y básicos como: carnes, abarrotes, verduras y frutas, así como los servicios requeridos como era la reparación de cocinas a kerosene, prendas de vestir, etc.

Así, con el paso de los años, la comunidad de comerciantes fue creciendo hasta convertirse en el “Mercado Canadá” , donde en la actualidad trabajan aproximadamente más de medio millar de comerciantes, agrupados en tres asociaciones de comerciantes de derecho privado, hoy todos buscan la imperiosa necesidad de formalizarse y tener un centro de abastos propio.

Este centro de abastos pertenece a una de las redes comerciales más importantes del distrito después del complejo comercial mayorista de Caquetá – Pocitos,

El mercado Canadá cuenta con tres asociaciones que actualmente están legalmente reconocidos las cuales representan a la mayoría de los comerciantes ubicados en los lugares mencionados: ACOMEC, Nicolás Dueñas, Servicios Múltiples son las organizaciones que conforman el conglomerado denominado comúnmente “MERCADO CANADA” quienes trabajan en forma conjunta y mancomunada los proyectos de formalización en forma progresiva y de la defensa de los asociados; El mercado tiene características de informal y la particularidad de éste mercado está centrado especialmente en una economía familiar, economía que se basa especialmente en ahorro y trabajo de toda familia. La que se promueve mediante charlas y capacitación del asociado.

El mercado está gestionado, la compra de terrenos para su formalización, que por años se mantuvo en la calle. A partir de mayo de 1998 está realizando adquisiciones progresivas de diferentes lotes de propiedad privada en el radio

de acción del mencionado mercado. Los lotes adquiridos hasta la fecha son las siguientes:

- Jirón Sao Paulo 1887 extensión aproximada de 500 m<sup>2</sup> , perteneciente a la Asociación Comerciantes Mercado Canadá “ACOMEC”.
- Jirón El Chaco 1815 extensión aproximada de 250 m<sup>2</sup> – Asociación de Servicios Múltiples Canadá.
- Jirón Maracaibo 1895 extensión aproximada de 250 m<sup>2</sup> - Asociación de Comerciantes Nicolás Dueñas.

Al igual que otros mercados, MERCADO CANADA, también en sus inicios fue Sindicato, la que se formó con la finalidad de defender los intereses de los socios, la cual desapareció para convertirse en Asociación de Comerciantes del Mercado Canadá

Mercado **CANADA** tiene su **SANTO PATRÓN “SAN MARTÍN DE PORRES”**, celebran su **FIESTA PATRONAL** todos los años el 8 de noviembre a cargo de los Mayordomos y de la Directiva. El 8 de noviembre lo celebran los mayordomos y el 9 noviembre lo celebran la Junta Directiva del mercado, quienes con actividades recaudan fondos durante el año para realizar su fiesta patronal con la invitación de artistas, quema de castillo, comida y una procesión que se desplaza por la zona.

**2.3.1. Importancia:** El mercado Canadá, es uno de los mercados más concurridos en el distrito de San Martín de Porres, por lo que la asistencia ha llegado de 7,000 a 9,000 personas, una población importante del distrito.

### **2.3.2. Radio del Mercado “CANADA” y sus Antecedentes**

La Radio en el Mercado CANADA, se instala cuando los dirigentes sienten la necesidad de comunicarse con los trabajadores del mercado, por lo que instalan su radio. En sus comienzos la radio parlante contaba con 4 bocinas, una tornamesa, un micrófono y un tocadisco. Posteriormente se mejora la

infraestructura con la compra de parlantes, grabadoras, cassetts, luego ambientan su propia cabina de transmisión. Los dirigentes en coordinación con los comerciantes deciden dar en concesión la radio a personas que conozcan el trabajo, siendo renovado el contrato de querer continuar.

En radio CANADA al igual que en otros mercados mencionados se transmitía música para ambientar el lugar. Asimismo se difundía comunicados para las asambleas, comunicados de la municipalidad, campañas de salud (vacunación, antirrábico, etc), saludos de cumpleaños, aviso de perdidas de niños, objetos. Se pasaba avisos a la comunidad, que son del lugar; alquiler de casa, venta de cosas, aviso de trabajo, la difusión de publicidad de las casas comerciales de la zona con las que se financia la radio.

La radio en el mercado CANADA estuvo a cargo de un comerciante, El Sr. Montesinos, quién también fue dirigente, trabajo más de veinte años en la radio, él es testigo y protagonista de los roles que cumplía este medio de comunicación. Allá por la década de los 80 y mediados del 90. nos cuenta:

**TESTIMONIO:** *“Cuando llegue al mercado me puse a vender abarrotes como cualquier comerciante que desea trabajar, ya en ese entonces existía la radio, me gustaba participar, entonces descubrí que tenía ciertas habilidades para comunicarme, me llamaban para hacerme cargo de los comunicados del Sindicato. Luego decidieron darme la conducción, sentí que era algo que me gustaba hacer, me apasionaba, hacía reír a la gente, con los saludos, con los comentarios, vivía para la radio y de la radio. Posteriormente lo tomé en concesión la que se convirtió parte de mi vida.*

*La radio tubo su momento más trascendente en el mercado a finales de los 80 y comienzo de los 90, donde la migración era cada vez más notable. El mercado comenzó a crecer, llegaron más comerciantes la que me anima continuar con mi trabajo.*

*Es en esta época que los artistas del Folklore andino estaban en su apogeo, por lo que transmitía música de todas las regiones. Los cantantes*

más solicitados eran; *Pastorita Huaracina, Jilguero del Huascarán, Picaflor de los Andes, los Campesinos, el Trío Amanecer, los Ases Huayucachi, Flor Sinqueña, Lucio Pacheco, García Zarate, Huaylash de Huancayo, los Flamantes de Huancayo, los Errantes de Arequipa,, entre otros.*

*La música criolla era otro género que gustaba mucho a la gente los valeses, los festejos, entre ellos El Cholo Berrocal, Embajadores Criollos, Carmencita Lara, Fiesta Criolla, Lucha Reyes etc. Los boleros eran bien solicitados, tenemos a Pedrito Otiniano, Iván Cruz, Lucho Barrios, Los Hermanos Castro, Jhony Farfán, y muchos artistas peruanos que hicieron y hacen de la música un patrimonio cultural. En el genero de música tropical andina tenemos a Los Destellos, Chacalón, el Grupo Alegría, El Grupo Guinda, "Los Shapis", Juaneco y su Combo, Grupo Celeste, Los Mirlos, Génesis, Titanes, Beta 5, entre otros que surgieron posteriormente. La gente deliraba con sus artistas favoritos además se emitía música extranjera, como los de Javier Solís, Los Panchos, Alci Acosta,.*

*En baladas con las mejores melodías del recuerdo, para no aburrir a la gente hacía sorteos gratuitos a nombre de la radio y del mercado, regalaba a la gente premios.*

*En realidad tenía mi propia lógica de trabajo, no traía nada preparado, me ingeniaba para trabajar, era bastante espontáneo, me gustaba que los comerciantes se sienta a gusto con los programas que hacía. Financiaba la radio buscando anuncios. Tenía mi propio contrato de publicida, para los negocios externos. También promocionaba el negocio de los comerciantes del mercado. He pasado cosas lindas en la radio con la ocurrencia de la*

*gente, experiencia que no olvidare, porque pasé gran parte de mi vida en la radio del mercado...” nostálgico termina nuestro amigo Montesinos.*

El Sr. Montesinos se retira allá por el año 1995. La radio es asumido por un concesionario aficionado que estuvo un año, luego vino otro concesionario que duro poco. Ellos se dedicaban a trasmitir música, mensajes comerciales. Ya no le daban ese toque de que necesitaba la radio. Hoy la radio necesita de comunicadores interesados en el campo de la comunicación popular.