

PROLOGO

La radio es el más maravilloso sistema tecnológico de comunicación imaginable, porque es capaz de recibir y no sólo de transmitir, que los oyentes escuchen, pero que también hablen, de relacionarnos y no de aislarnos. Es por ello que la radio es uno de los medios que más me fascina, por su increíble función. Como comunicadores debemos preocuparnos en impulsarla, y qué mejor si buscamos alternativas, como la radio comunitaria, que necesita de profesionales en comunicación.

A partir de la década pasada surgen, en comunicación audiovisual, ciertas prácticas alternativas. Su objetivo principal consiste en oponerse a las formas institucionales y comercializadas de la comunicación de masas. Estas practicas se conocen como radios comunitarias, que pusieron en marcha unos proyectos similares de democratización de la comunicación. Particularmente cuando se trata de convertir al receptor, confinado hasta entonces en el papel de consumidor, en agente activo del proceso, amén de romper con los modelos dominantes, estatal y mercantil.

La presente tesis trata de interrogar al proyecto de alternativa según lo han formulado los medios comunitarios situado en su contexto histórico y social de emergencia, y luego asociándolos a las lógicas sociales populares de los diferentes grupos populares cuya interpretación de la tarea de democratizar está en función de sus propios intereses.

Puedo afirmar categóricamente que esta tesis tendrá valor para cuantos estén interesados en el área de la comunicación popular; el tema por cierto, tiene horizontes que no nos imaginamos. Cuando me inicié en esa práctica, me pareció algo sin mucha importancia, pero al ser carne de esa realidad, en la experiencia descubrí, que para hacer radio se necesita saber comprender las preocupaciones, los gustos y preferencia del pueblo. Saber comunicarnos con empatía. Para que nuestra comunicación tenga éxito debemos llegar con habilidad, ser magos de la palabra. Porque el pueblo está cansado de los formatos serios, tediosos; lo que la gente quiere es que le digamos de manera sencilla, directa, y con buen sentido del humor de lo que les preocupa para que la vida les sea más fácil, sin llegar a lo banal. Es decir comunicación viable, integradora en bien de nuestra sociedad.

La radio comunitaria está al alcance de las grandes mayorías, de los campesinos, de las organizaciones populares, del barrio, del distrito, de una localidad; es la identidad del

pueblo, medio de comunicación al alcance de todos; por ello su influencia es muy importante en la sociedad que está en constante cambio y desarrollo, como mediadora de ese cambio.

En general la tesis está dedicada a la riqueza y las limitaciones que tiene la radio comunitaria en los mercados para el desarrollo de los pueblos, y su manejo como instrumento de comunicación popular. Capítulo tras capítulo y desde hechos generales a particulares, mostramos cómo estos medios van surgiendo en sectores más olvidados de la sociedad donde la radio se convierte en protagonista de sus luchas por establecer su trabajo, vivienda, salud entre otras aspectos que les preocupa.

Esta tesis es un tratado de cómo funcionan estos medios, sobre la producción, realización, financiación, contenidos, lenguaje popular y experiencias que son estímulos de estudio en la radiodifusión. Otro de los temas que se menciona es la educación en radio popular, la que me parece se debe considerar en nuestros proyectos de radio.

SAN MARTÍN DE PORRES es un distrito que nace como pueblo joven. Su historia nos conduce a descubrir la existencia de tierras de cultivo, abarcando su geografía hasta Carabayllo. Posteriormente se fue reduciendo por la creación de otros distritos en el Cono Norte con la migración y el crecimiento de la población. San Martín de Porres tiene un promedio de 40 mercados entre formales e informales. Donde laboran Peruanos procedentes del norte, centro y sur del país. Está caracterizado por tener mercados informales y formales, donde existen propietarios de puesto, y una enorme cantidad de ambulantes entre fijos y rodantes.

En esos mercados se instalan Radios Comunitarias (parlantes) en las que se transmiten programas completos; desde música hasta información que interesa a la zona. Se ha dado en la radio experiencias interesantes que hoy necesitan seguir su estudio porque se hace necesario su uso. No solo la radio se ha convertido en un medio de comunicación para la educación, cultura y entretenimiento sino de servicio y de cambio en el desarrollo de las personas, por su impacto en la comunidad.

Los mercados que hemos elegido en nuestro estudio son tan sólo algunos de los ejemplos en la difusión de radio con aportes, que son de utilidad para quienes utilizan este medio

de comunicación. Es menester continuar indagando otras prácticas similares de comunicación popular para ampliar el conocimiento.

Llegar a hacer compras a los mercados es encontrar una particularidad: son cálidos, por el trato familiar entre comerciante y el público, por la identificación con ciertos elementos culturales que se dan en el entorno. Así la radio está diciendo a la gente cosas que le interesa, le entretiene con música de su preferencia en su propio lenguaje. Habla de las fiestas patronales, de encuentros deportivos, reuniones culturales, de comunicados importantes. Eso es la radio comunitaria.