

# PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



**El guión radial en el programa “Aguita pa’ vivir”  
de la emisora Chami Radio 1140 (Otuzco, La Libertad)**

Tesis para optar el título de Licenciada en Comunicación  
Audiovisual que presenta la bachiller:

**PAULA MARIANELLA CHÁVEZ LÓPEZ**

Asesor:

**PABLO DE JESÚS ESPINOZA ESPINOZA**

Lima, Noviembre 2016

*Para quienes financian los proyectos de educomunicación;  
para quienes son dueños del poder y la palabra en los medios de comunicación;  
para las autoridades comunales interesadas en su desarrollo educativo;  
y para aquel interesado en conocer más sobre la radio y su forma de difusión  
comunitaria con contenidos educativos;  
va dirigida esta investigación sobre radio comunitaria educativa en el Perú:  
y el caso de Agüita pa' vivir de la emisora Chami Radio 1140.*

*Para quienes contribuyeron en este proyecto;  
amigos y personal de Chami Radio;  
y de la Pontificia Universidad Católica del Perú a mis profesores y guías y ahora  
colegas y amigos.*

*Pero muy especial para Blanca, Carlos, Gonzalo, Mota, Muki y Wally.*

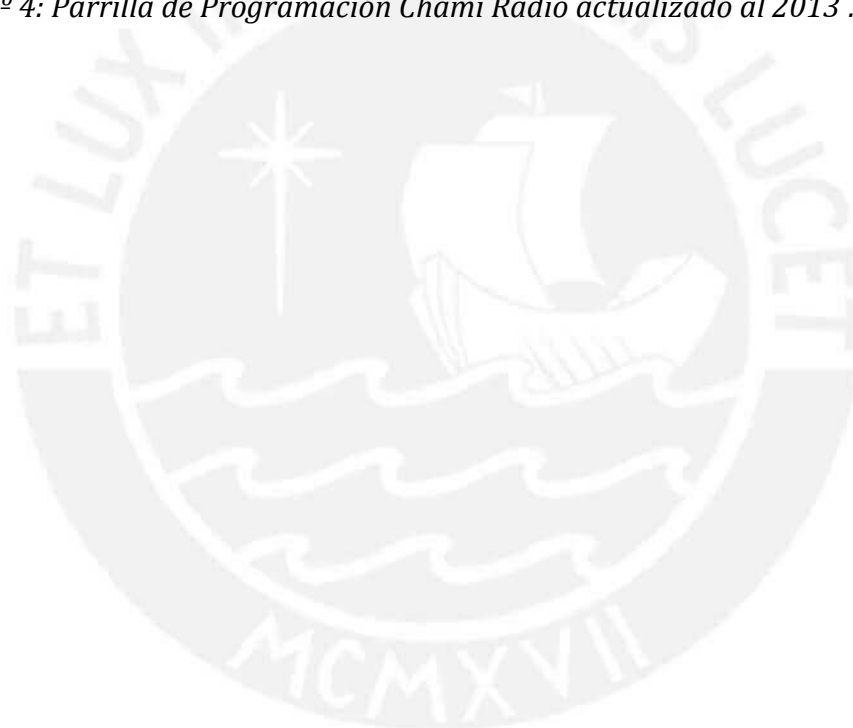
*Y sobre todo para Jorge, Sheldon y Penny.*

## TABLA DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS .....	2
INTRODUCCIÓN .....	6
<b>CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: ARTICULANDO CONTENIDOS RADIALES EN LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA CON FINES EDUCATIVOS .....</b>	<b>9</b>
<i>1.1 Presentación del caso .....</i>	<i>9</i>
1.1.1 Contexto: Ciudad de Otuzco y su población .....	13
1.1.2 Acceso a los principales medios de comunicación .....	17
<i>1.2 Objetivos de la investigación.....</i>	<i>19</i>
1.1.1 Objetivos generales .....	19
1.1.2 Objetivos específicos .....	20
<i>1.3 Fuentes revisadas y metodología aplicada .....</i>	<i>20</i>
<i>1.4 Preguntas y supuestos base de la investigación .....</i>	<i>22</i>
1.1.3 Pregunta general .....	22
1.1.4 Supuesto general .....	22
1.1.5 Preguntas específicas .....	23
1.1.6 Supuestos específicos .....	23
<b>CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>25</b>
<i>2.1 La radio: un medio de comunicación diferente .....</i>	<i>26</i>
2.1.1 Características como medio de comunicación .....	26
2.1.2 El lenguaje radiofónico y sus elementos .....	30
2.1.3 Tipología y funciones de la radio .....	36
2.1.4 La producción radial .....	41
<i>2.2 El guión radial como herramienta para la elaboración de contenidos....</i>	<i>46</i>
2.2.1 El guión como estructura narrativa de todo producto radial .....	46
2.2.2 Funciones en la radio comercial y comunitaria .....	49
2.2.3 Características y tipología del guión radial .....	51
2.2.4 ¿Cómo y para quiénes se elabora un guión radial? .....	54

2.2.5	Recreando la realidad: los radiodramas o formatos de ficción ...	58
2.3	<i>La radio comunitaria y su contribución como espacio de desarrollo</i> .....	61
2.3.1	La radio comunitaria en el mundo: definición y antecedentes ...	61
2.3.2	Características de la radio comunitaria: Ejes de desarrollo .....	65
2.3.3	Definiendo la educomunicación .....	73
CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL , EL CASO DE CHAMI RADIO.....		78
3.1	<i>Las radios comunitarias en el Perú con fines educativos</i> .....	79
3.2	<i>El caso de la Asociación Chami Radio 1140</i> .....	85
3.2.1	¿Qué es la Asociación Chami Radio? .....	86
3.2.2	Objetivos y lineamientos: evangelización a través de la radio.....	89
3.2.3	Contenidos educativos y su relación con el medio ambiente .....	93
3.2.4	Ficha Kaiser .....	97
3.3	<i>Agüita pa' vivir: contexto y análisis preliminar</i> .....	99
3.3.1	Antecedentes del programa .....	99
3.3.2	Características y objetivos del programa .....	107
3.3.3	Actores involucrados y participantes del programa .....	114
CAPÍTULO 4: ARTICULANDO LOS CONTENIDOS, EL GUIÓN RADIAL EN AGÜITA PA' VIVIR .....		122
4.1	<i>Agüita pa' vivir: Producción del programa y elaboración de contenidos</i> .....	123
4.1.1	Características de la producción .....	123
4.1.2	Creando los guiones radiales .....	128
4.1.2.1	Contenidos temáticos .....	130
4.1.2.2	Metodología para la elaboración de guiones .....	132
4.1.2.3	Estructura narrativa .....	134
4.2	<i>Aportes y desafíos del guión radial en el caso Agüita pa' vivir</i> .....	136
4.3	<i>Recomendaciones para el ejercicio creativo del guión radial</i> .....	140
4.4	<i>Elemento articulador en un producto radial</i> .....	143
4.5	<i>La labor del guionista-comunicador</i> .....	146

CONCLUSIONES .....	150
BIBLIOGRAFÍA .....	154
Sitios web consultados .....	159
Entrevistas realizadas .....	161
ANEXOS .....	162
<i>Nº 1: Filosofía Editorial y valores Institucionales de Chami Radio.....</i>	162
<i>Nº 2: Ideas fuerza a manejar en los programas de Agüita pa' vivir .....</i>	164
<i>Nº 3: Guiones de programas 2 y 6 de Agüita pa' vivir .....</i>	166
<i>Nº 4: Parrilla de Programación Chami Radio actualizado al 2013 .....</i>	175



## INTRODUCCIÓN

A inicios del año 2006, tuve la oportunidad de formar parte del equipo de producción del programa radial **Agüita pa' vivir** principalmente como guionista. Me encontraba como recién egresada de mis estudios en Comunicación Audiovisual de esta casa de estudios y era la primera vez que experimentaba directamente con otra función de la radio como medio de comunicación: la de educar.

La Asociación Chami Radio, emisora ubicada en los andes liberteños del norte del Perú (Otuzco - La Libertad), fue la encargada de llevar a cabo esta iniciativa. Una radio nacida de una propuesta marianista y evangelizadora<sup>1</sup>, con una base informativa periodística, que se aventuraba por primera vez a producir programas educativos utilizando su experiencia, su acogida y llegada al público campesino así como su estilo particular. Este proyecto ofrece una alternativa a la programación radial, y dentro de la oferta comunitaria, como un espacio diferente al hablar de temas educativos. Sobre todo pues éstos últimos, suelen estar vinculados a un público infantil o juvenil, y que en este caso, se concentra en uno adulto, además campesino y rural.

Dado el panorama actual en el medio local, donde las radios son mayoritariamente comerciales, es decir financiadas por la publicidad que se genera a propósito de sus anunciantes, es muy poco difundida la labor que realizan radios de tipo comunitario como Chami Radio en beneficio de sus públicos objetivos y la población en general. Estas radios buscan democratizar la información y la comunicación brindada por un medio, permitiendo llegar a públicos quizás inimaginables para las emisoras comerciales. Además, de apostar por un modelo de comunicación diferente, igualitario, donde no sólo se brinda la información sino que se recibe y se construye con su propia audiencia.

---

<sup>1</sup> Referido a la Congregación Marianista en el Perú, a quienes nos referiremos más adelante como la Compañía de María como institución y los marianistas quienes pertenecen a ella. Más información en: <http://marianistasamas.blogspot.com/>

Precisamente este modelo que se tiene de la comunicación, en este caso radial, es el que motiva mis interrogantes de la presente investigación: *¿qué caracteriza a una radio comunitaria con contenidos educativos? ¿es posible educar a través de estas radios? ¿Qué elementos de la comunicación serán importantes para la transmisión de dicho mensaje radiofónico?*. Es así, que mi interés particular es el de resaltar la labor del guionista como creador de estos contenidos y ampliar el análisis del guión como la herramienta más importante en la base de la creación de programas radiales de estas características. Puntualmente estudiaré el guión como elemento que articula y estructura los mensajes que requieren ser transmitidos a un público determinado. Ésto a propósito de que, los temas trabajados por Chami Radio en **Agüita pa' vivir**, son muy cotidianos para la población otuzcana y sin embargo, poco difundidos en los medios locales de comunicación.

Mostraré así en los primeros capítulos de esta investigación, los conceptos básicos a trabajar para el análisis de este programa radial. Los términos utilizados como medio radial, sus funcionalidades y tipos. También elementos técnicos como el lenguaje, las formas, las herramientas y bases de la comunicación para emitir un mensaje radial. Así como, por todos los elementos sonoros utilizados para la transmisión adecuada del mensaje radiofónico en cada emisión. Partiendo y articulados por el guión radiofónico, como la herramienta base sobre la cual se crean los contenidos.

También conoceremos el proceso de comunicación en el medio radial comunitario, sus procesos desde lo técnico y sus requerimientos, hasta la temática de sus contenidos. Analizando sus inicios, sus características principales y muy puntualmente resaltando la llamada educomunicación. Sin dejar de conocer el panorama local y sus principales referentes. Puntualmente centraré mi atención en el caso de Chami Radio como un ejemplo claro de este tipo de emisoras locales.

En el tercer y cuarto capítulo abordaré específicamente el contexto en el cual se crea el programa **Agüita pa' vivir**. Sus objetivos a lograr, basados en un espacio geográfico puntual como son los andes peruanos, y en donde las actividades

extractivas como la minería, mueven la economía de la zona. Reconoceré a los diversos actores involucrados que hicieron posible la transmisión de estos contenidos, pasando por el detalle de los temas a tratar en cada programa y que vienen a propósito del cierre de estos capítulos.

Para cerrar la investigación, busco plantear al guión como objeto de estudio en el caso de **Agüita pa' vivir**, como ejemplo de programa radial educativo en una emisora comunitaria. Provocando mi mayor reto: el de comunicar a un público no conocedor, textos especializados de estudios sobre el agua y el medio ambiente. En resumen, la labor de todos los días del comunicador y para mí, mi primera experiencia como profesional en comunicaciones.







## **CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: ARTICULANDO CONTENIDOS RADIALES EN LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA CON FINES EDUCATIVOS**

### ***1.1 Presentación del caso***

Hacia fines del año 2005 en la ciudad de Otuzco, Departamento de La Libertad en el norte del Perú, se concretó la creación de un programa radial educativo donde, de manera sencilla y entretenida, se informe a la población otuzcana acerca de la situación del recurso hídrico en la región.

La realización del programa se basó en el resultado de un estudio de los suelos y de los recursos naturales de las cuencas de Caballo Moro, Perejil y Chuyugual en la zona del Alto Chicama en dicha región, a propósito del ingreso de las industrias

extractivas a gran escala como la minería. Dicho estudio involucró como actores al Centro de Investigación en Geografía Aplicada (CIGA) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), quienes, con el apoyo de la Iglesia Católica local a través de la Asociación Marianista de Acción Social (AMAS-Perú) y la emisora radial, la Asociación Chami Radio 1140, llevaron adelante el proyecto. Éstos últimos se encargaron de transmitir a la población los alcances de esta investigación a los campesinos de la zona. Teniendo como su objetivo principal: **informar y sensibilizar a la población en temas de medio ambiente**, pero sobre todo de la valoración del agua como elemento vital y de urgente necesidad de vigilancia.

Como panorama previo, podremos afirmar que la oferta radial actual en el Perú en programas de este corte es limitada y existe fundamentalmente gracias al apoyo de diversas instituciones, como en este caso, de la Iglesia Católica y de algunos grupos civiles organizados. Para muestra oficial, en el Perú existen más de 5000 emisoras de radio con licencia de funcionamiento y acreditadas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, de las cuales un 20% aproximado son consideradas educativas (alrededor de 780 emisoras). Sin embargo, sólo contamos con una emisora de radio comunitaria con dicha licencia, dado que en muchos casos los gobiernos sucesivos aún no las asumen ni mucho menos las respaldan<sup>2</sup>.

Por tanto, es importante conocer mejor estas experiencias en comunicación para difundirlas y repetirlas mejoradas. No sólo desde el punto de vista académico y de la educomunicación, sino también porque es una apuesta de un medio local, con características particulares como sus objetivos evangelizadores, que posibilita el encuentro entre los actores que forman parte de éste modelo de comunicación alternativo.

A propósito de estos actores es que resaltaremos el esfuerzo conjunto que implicó que instituciones como la PUCP, la Iglesia Católica a través de los marianistas y el equipo de Chami Radio, promuevan un proyecto de este tipo en favor de la

---

<sup>2</sup> Estadísticas de la radio y televisión en el Perú 2015, estudio realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión CONCERTV <http://www.concortv.gob.pe/file/2015/2015-estadisticas-radio-tv.pdf>

comunidad. Todo esto a pesar de tener sus propios objetivos institucionales y líneas de trabajo propias. Pero son justamente estas características propias que convergen y permiten articularse entre sí, con una clara intención que busca el beneficio del prójimo, en el contexto particular que vive la población de entonces: promoviendo la prevención de conflictos sociales. Además, de buscar fortalecerse como instituciones a través de los líderes comunales y su activa participación en el proyecto.

Cabe resaltar que la Asociación Chami Radio 1140, se caracteriza por ser una emisora comunitaria y respaldada por la Iglesia Católica, con gran alcance e impacto en el público de la región, comunidades campesinas de la sierra liberteña y sobre todo de la provincia de Otuzco. Asume así, su rol educativo, reforzando sus objetivos, como el de construir ciudadanía, con el cumplimiento de los derechos humanos y el fortalecimiento de una comunicación democrática. Promueve además el acceso igualitario de la información a la población, o como más bien es conocida, la democratización de la misma, en un medio de comunicación radial como en este caso.

**Agüita pa' vivir** se denominó el programa radial educativo. Un programa que combinaba el entretenimiento y la educación, puntualmente sobre temas vinculados a la vigilancia ciudadana de los recursos naturales y del agua en particular. Se emitió por primera vez durante el año 2006, con el objetivo de motivar, transmitir y enseñar a través de la radio sobre estos temas muchas veces de difícil acceso para el público campesino. Alcanzó los 20 programas de media hora de duración cada uno, y en cada emisión se trataba en particular un tema sobre el agua, el medio ambiente y el desarrollo sostenible de las cuencas antes mencionadas. Se le enseñó y motivó al público, entre otros temas, a vigilar la calidad del agua en sus comunidades.

El impacto positivo del programa **Agüita pa' vivir** en el público campesino otuzcano, ha llevado a repetir su transmisión en varias ocasiones desde la fecha en Chami Radio y en otras estaciones de radio de la región como en las provincias de

Santiago de Chuco y Huamachuco. Aquí no hubieron estudios de evaluación de impacto pero si transmisión en simultáneo. Ésto nos lleva a analizar *¿qué elementos hacen posible que se cumplan estos objetivos?*. El lenguaje utilizado, los procesos de producción y por supuesto la estructuración de los contenidos abanderados con el guión, como la herramienta fundamental en este tipo de productos, serán la base de su éxito y la razón de este estudio.

Un proyecto de educomunicación en el marco de una problemática ecológica compleja en la sierra peruana que promueve el conocimiento del medio ambiente por parte de la población y del agua como su recurso más valioso para su propio desarrollo sostenible. En donde, la elaboración de los contenidos basados en el lenguaje y técnicas apropiadas para la transmisión de estos mensajes radiofónicos, pasa a ser lo más importante de este proceso de comunicación. Y es aquí donde el guión radial, como herramienta, será nuestra mejor arma para enfrentarnos a esta realidad.

Una investigación en el área de la comunicación audiovisual es necesaria, sobre todo porque rescata uno de los elementos más importantes, en este caso, el guión. A veces poco reconocido en los procesos de producción tanto audiovisual como radial. Importante además el contexto seleccionado para destacar esta experiencia en un ambiente rural y de la sierra, donde muchas experiencias radiales se llevan a cabo de forma comunitaria, pero en donde coinciden diversos actores participantes en este caso, con una población a la que se busca empoderar en el conocimiento de sus recursos naturales, un medio de comunicación comprometido y el aporte valioso de la Iglesia Católica.

Tratar entonces de procesos de comunicación en medios comunitarios, enmarcados en contenidos educativos, creativos y empáticos, como ha sido el caso de Agüita pa' vivir, no sólo motiva nuestra labor como comunicadores sino que también la perfecciona y enorgullece.

### 1.1.1 Contexto: Ciudad de Otuzco y su población

Otuzco es una de las 12 provincias del departamento de La Libertad. Comprende a su vez 10 distritos, entre ellos su capital de provincia del mismo nombre, la ciudad de Otuzco (ver figura 1). Conocida tradicionalmente por su veneración de origen católica a la Virgen de la Puerta como la patrona de dicha ciudad.

Figura 1. Mapa de la provincia de Otuzco-La Libertad y sus distritos



Fuente: [http://www.perutoptours.com/index12ot\\_mapa\\_provincia\\_otuzco.html](http://www.perutoptours.com/index12ot_mapa_provincia_otuzco.html)

Según el último censo, su población bordea los 90 mil habitantes en toda la provincia. Sólo en el distrito de Otuzco se sitúa casi la tercera parte de la población de toda la provincia. Mostrando una densidad mayor en la población joven menor de 25 años pero sobre todo en los niños, niñas y adolescentes entre los 5 y 14 años. (ver cuadro 1).

En la provincia de Otuzco se han establecido geográficamente los 10 distritos en tres cuencas hidrográficas: En la cuenca del río Moche están:

Otuzco, Salpo, Mache, Agallpampa –con casi la mitad de la población de la provincia, más de 46 mil habitantes–; en la cuenca del río Chicama: Charat, Huaranchal, Usquil –35 mil habitantes aproximados– y en la cuenca del río Sinsicap: La Cuesta, Paranday y Sinsicap –10 mil habitantes aproximados–<sup>3</sup>.

Cuadro 1. Población total de la provincia de Otuzco y todos sus distritos (2015)

CUADRO N° 11

PERÚ: POBLACIÓN TOTAL AL 30 DE JUNIO, POR GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO, 2015.

UBIGUEO	DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	Total	GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD																
			0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 - 79	80 y más
130600	OTUZCO	91,713	9,483	10,238	10,239	8,220	7,755	6,693	6,562	6,080	4,960	4,435	3,841	3,240	2,788	2,447	1,842	1,499	1,391
130601	OTUZCO	27,257	2,604	2,732	2,732	2,377	2,447	2,032	2,013	1,870	1,512	1,441	1,164	1,002	884	827	613	500	507
130602	AGALLPAMPA	9,859	1,138	1,229	1,267	1,040	886	724	682	624	486	404	342	286	244	189	125	109	84
130604	CHARAT	2,847	234	246	249	225	216	183	202	199	163	157	166	151	138	97	85	74	62
130605	HUARANCHAL	5,077	466	541	564	407	351	388	380	381	294	314	255	180	169	128	94	91	74
130606	LA CUESTA	687	75	70	69	59	60	44	51	27	27	36	35	25	28	34	23	11	13
130608	MACHE	3,112	281	306	365	289	216	180	203	222	203	149	156	126	112	108	77	60	59
130610	PARANDAY	730	78	71	79	55	65	58	52	42	42	28	44	27	27	18	19	13	12
130611	SALPO	6,142	638	610	645	526	545	414	446	402	316	312	282	229	198	188	164	129	98
130613	SINSICAP	8,619	986	1,130	1,046	746	708	644	646	538	437	378	325	275	247	191	143	89	90
130614	USQUIL	27,383	2,983	3,303	3,223	2,496	2,261	2,026	1,887	1,775	1,480	1,216	1,072	939	741	667	499	423	392

Fuente: <http://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

Elaborado por el Instituto de Estadística e Informática (INEI) al 30 de Junio 2015

Por tanto se puede inferir fácilmente que la población otuzcana se caracteriza principalmente por labores de agricultura en cultivos como la papa y algunos cereales. Además de la crianza de animales menores como ganado vacuno, ovino y porcino. Otra actividad importante son las actividades de comercio y de trabajo no calificado, así como las industrias extractivas, como la minería local a pequeña y gran escala. Estas cifras se pueden ver más claras en el cuadro de la Población Económicamente Activa

<sup>3</sup> Visita hecha a [http://www.regionlalibertad.gov.pe/web\\_opciones\\_pdfs\\_Provincia\\_de\\_Otuzco](http://www.regionlalibertad.gov.pe/web_opciones_pdfs_Provincia_de_Otuzco) en Octubre 2010

de la provincia de Otuzco basado en un estudio realizado por Gobierno Regional de La Libertad en el año 2013 y basado en datos del Instituto de Estadística e Imagen (INEI) (ver cuadro 2). En este mismo cuadro se destaca la población mayoritariamente rural de la provincia.

Cuadro 2. Población Económicamente Activa de la provincia de Otuzco (2013)

DEPARTAMENTO, PROVINCIA, ÁREA URBANA Y RURAL, SEXO Y OCUPACION PRINCIPAL	TOTAL
<b>Provincia OTUZCO</b>	100%
Miembros p.ejec.y leg.direct., adm.pub.y emp.	0.15%
Profes., científicos e intelectuales	3.67%
Técnicos de nivel medio y trab. Asimilados	1.05%
Jefes y empleados de oficina	0.72%
Trab.de serv.pers.y vend.del comerc.y mcdo.	5.69%
<b>Agricult.trabaj.calif.agrop.y pesqueros</b>	<b>45.44%</b>
Obreros y oper.minas,cant.,ind.manuf.y otros	3.21%
Obreros construc.,conf.,papel, fab., instr.	2.33%
<b>Trabaj.no calif.serv.,peon,vend.,amb., y afines</b>	<b>31.95%</b>
Otra	0.12%
Ocupación no especificada	2.67%
Desocupado	2.99%
<b>Hombres</b>	<b>79.72%</b>
<b>Mujeres</b>	<b>20.28%</b>
<b>URBANA</b>	<b>26.48%</b>
<b>RURAL</b>	<b>73.52%</b>

Fuente: INEI - CNPV 2007 Elaborado por el Gobierno Regional de La Libertad

Es importante destacar además que su población, joven y rural como hemos visto en su mayoría, tiene un nivel educativo bajo, donde menos de la tercera parte de sus habitantes ha concluido la secundaria y donde el promedio de años de estudio es de 4.7 años en toda la provincia, destacando a su capital la ciudad de Otuzco, con un promedio de 6 años. Esto se puede observar claramente el cuadro sobre el Índice del Desarrollo Humano del año 2012 elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (ver cuadro 3).

Cuadro 3. Índice del Desarrollo Humano del año 2012

Índice de Desarrollo Humano departamental, provincial y distrital 2012.														
Re-Calculado según la nueva metodología, PNUD (2010)														
Ubigeo 2010	DEPARTAMENTO		Población		Índice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida al nacer		Población con Educ. secundaria completa		Años de educación (Pobla. 25 y más)		Ingreso familiar per cápita	
	Provincia		habitantes	ranking	IDH	ranking	años	ranking	%	ranking	años	ranking	N.S. mes	ranking
	Distrito													
130600	Otuzco		92,237	64	0.2163	186	73.85	83	29.83	158	4.70	187	159.1	191
130601	1	Otuzco	26,952	204	0.2992	988	72.62	1027	46.52	844	6.13	1052	255.9	1128
130602	2	Agallpampa	10,020	513	0.1646	1760	73.75	860	21.52	1525	3.93	1748	110.3	1770
130604	3	Charat	2,996	1143	0.2212	1512	73.94	836	27.85	1349	4.72	1561	171.6	1523
130605	4	Huaranchal	5,177	850	0.1824	1698	73.44	902	16.88	1651	5.11	1418	128.4	1708
130606	5	La Cuesta	708	1733	0.2359	1424	72.12	1103	23.17	1479	4.70	1569	224.2	1286
130608	6	Mache	3,203	1104	0.1969	1641	76.87	408	41.90	971	4.92	1497	106.8	1784
130610	7	Paranday	727	1721	0.1693	1744	72.50	1053	21.69	1517	4.71	1567	106.7	1786
130611	8	Salpo	6,372	742	0.2356	1428	73.03	969	31.60	1253	5.19	1390	181.6	1473
130613	9	Sinsicap	8,640	575	0.1425	1810	75.41	609	18.52	1601	3.01	1825	102.4	1823
130614	10	Usquil	27,442	194	0.1508	1797	74.34	775	16.13	1664	3.72	1779	104.6	1799

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013 en <http://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/library/poverty/Informesobredesarrollohumano2013/IDHPeru2013.html>

El contexto en el que vive la población de la provincia de Otuzco y sus alrededores presenta un caldo de cultivo de posibles conflictos locales como típicamente se dan en el Perú actual<sup>4</sup>. Estos conflictos pueden ser ambientales, territoriales, laborales, etc. Sin embargo, uno de los más comunes serán los denominados socio ambientales, donde la confrontación entre la población y las empresas, sobre todo extranjeras, que buscan aprovechar de sus recursos naturales y que además tienen un gran apoyo de parte del gobierno, genera estos conflictos sociales. (ver cuadro 4).

<sup>4</sup> A junio 2015 y según la Defensoría del Pueblo existen 210 conflictos sociales, 149 activos y 61 latentes, para mayor información visitar la web <http://www.defensoria.gob.pe/conflictos-sociales/home.php?sec=1&pag=2>



Cuadro 4. Conflictos sociales en el Perú actual según tipo

**PERÚ: CONFLICTOS SOCIALES, SEGÚN TIPO, MAYO 2015**  
(Número de casos)

Tipo	N.º casos	%
<b>TOTAL</b>	<b>211</b>	<b>100.0%</b>
Socioambiental	143	67.8%
Asuntos de gobierno local	21	10.0%
Demarcación territorial	15	7.1%
Comunal	10	4.7%
Asuntos de gobierno nacional	8	3.8%
Otros asuntos	5	2.4%
Laboral	5	2.4%
Asuntos de gobierno regional	4	1.9%
Cultivo ilegal de coca	-	0.0%
Electoral	-	0.0%

Fuente: Defensoría del Pueblo en <http://www.defensoria.gob.pe/conflictos-sociales/conflictosactivos.php?sec=2&pag=2>

Según el reporte de conflictos sociales elaborado por la Defensoría del pueblo a Mayo del 2015, en único conflicto social registrado en el departamento de La Libertad corresponde a uno en el distrito de Usquil en la provincia de Otuzco precisamente con la empresa minera Barrick sobre la cual especificaremos mejor en el capítulo tercer acápite.

### 1.1.2 Acceso a los principales medios de comunicación

Sobre su acceso al consumo los medios de comunicación locales, la provincia de Otuzco cuenta con 15 emisoras de radio y 2 estaciones televisivas (ver cuadros 5 y 6), siendo Chami Radio la estación en AM con más alcance según su potencia (10 Kilovatios) en comparación con las demás. Además, según el último reporte del Ministerio de Transportes y

Comunicaciones en dicho departamento sólo el Grupo RPP maneja una potencia similar (10 Kilovatios) y el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú IRTP con la mayor potencia en todo el departamento (25 Kilovatios) (ver cuadro 7). Esto les permite tener una gran acogida inclusive en las zonas más alejadas del departamento de La Libertad.

Cuadro 5. Emisoras de radio en la provincia de Otuzco

**Provincia : OTUZCO**

Banda	Empresa	Frecuencia	Potencia	Planta Estudios	Departamento	Provincia	Distrito
					Departamento	Provincia	Distrito
OM	RADIO ANIBIO DE OTUZCO S.R.L.	760 KHz	500 W	CERRO DEL CERRO USHCATAR OTUZCO	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
OM	ASOCIACION CHAMI RADIO 1140	1140 KHz	1140 Kw	JR. TRUJILLO N°597 OTUZCO. SECTOR EL TUPULLO	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
OM	TELESISTEMA PERUANO C.H.M.V. S.A.C.	1260 KHz	1 KW	CALLE LA LIBERTAD N° 120 QUEBRADA LA ERMITA OTUZCO.	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
OM	RADIODIFUSORA JULCAN E.I.R.L.	1570 KHz	1 KW	CALLE BOLIVAR N°888 CERRO SAN AGUSTIN	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	DESPOSORIO QUIÑONES CESAR ANTONIO	88.5 MHz	250 W	ZONA RURAL DE SAN VENANCIO S/N JR. GRAU N° 664, OTUZCO	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	ASOCIACION NCN	91.3 MHz	250 W	CALLE BOLIVAR N° 190, 2DO PISO CALLE BOLIVAR N° 190, 2DO PISO	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	RADIOMAR S.A.	92.5 MHz	150 W	CALLE SAN ANTONIO 880, OTUZCO, LA LIBERTAD. JUSTO PASTOR DAVILA 197, CHORRILLOS.	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	DIAZ CRUZ, LUCIO	94.1 MHz	100 W	CERRO CRUZ BLANCA CALLE GRAU N° 668	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	MEZA GAMARRA DE MINAYA, ALEJANDRINA VIOLETA	95.7 MHz	250 W	FALDAS DEL CERRO CHOLOGDAY CALLE BOLIVAR N° 888	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	GUZMAN OBANDO GUILLERMO MEDARDO	96.5 MHz	250 W	LOMAS DE AYSHIN JR. LIBERTAD N°356	LA LIBERTAD	OTUZCO	USQUIL
FM	QUISPEALAYA ALIAGA ELI ESAU	97.3 MHz	250 W	CERRO SAN RAFAEL S/N LA FORTUNA - SECTOR LA RETAMA	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	VASQUEZ ALVAREZ ELSI EVELIN	98.1 MHz	250 W	CASERIO LOS ALISOS KM. 9.600 PROLONGACION BOLIVAR S/N CUADRA 12 - LA ERMITA	LA LIBERTAD	OTUZCO	AGALLPAMPA OTUZCO
FM	NONTOL NEGREIROS BERTHA NOEMI	98.9 MHz	250 W	CERRO SAN VENANCIO CERRO SAN VENANCIO	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	GUTIERREZ MARQUINA RICARDO AGAPITO	100.5 MHz	250 W	CERRO SAN AGUSTIN PROGRESO N° 551	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
FM	REYES VERDE ROBERTH ALBERTO	102.1 MHz	250 W	FALDAS DEL CERRO CHOLOCDAY BOLIVAR N°130-136	LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO

Total estaciones por Provincia 15

Fuente: Ministerio de Transporte y Comunicaciones Estaciones de radiodifusión autorizadas a nivel nacional

[http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones\\_autorizadas.html](http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones_autorizadas.html)

Cuadro 6. Estaciones de televisión en la provincia de Otuzco

**Provincia : OTUZCO**

Banda	Empresa	Canal Pot. Video	Planta Estudios	Departamento	Provincia	Distrito
				Departamento	Provincia	Distrito
VHF	INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU - IRTP	2	100 W	PLAZA DE ARMAS S/N AV. JOSE GALVEZ N° 1040	LA LIBERTAD	OTUZCO
VHF	EMPRESA RADIODIFUSORA 1160 S.A.	11	100 W	CERRO ALTO JR. ORBEGOZO 140	LIMA	OTUZCO BREÑA

Total estaciones por Provincia 2

Fuente: Ministerio de Transporte y Comunicaciones Estaciones de radiodifusión autorizadas a nivel nacional

[http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/Autorizadas\\_Televisión.pdf](http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/Autorizadas_Televisión.pdf)

Cuadro 7. Emisoras de radio con mayor alcance en el Departamento de La Libertad situadas en la provincia de Trujillo

**DEPARTAMENTO : LA LIBERTAD**  
**Provincia : TRUJILLO**

Banda	Empresa	Frecuencia Potencia	Planta Estudios	Departamento	Provincia	Distrito
OM	RADIO SAN ANTONIO DE TRUJILLO S. R. LTDA.	540 KHz 1 KW	LA MERCED AV. GONZALES PRADA N° 695-12	LA LIBERTAD	TRUJILLO	EL PORVENIR TRUJILLO
OM	RADIO EL SOL DE TRUJILLO S.R.L.	580 KHz 1 KW	SECTOR SAN MARTIN JR. BENITO JUAREZ 1753	LA LIBERTAD	TRUJILLO	LA ESPERANZA TRUJILLO
OM	CONDORI HUANCACHOQUE, ANTONIO	600 KHz 1 KW	MZ. R-12, LT. 2, AA.H. VIRGEN DEL SOCORRO, PARQUE INDUSTRIAL AV. DANIEL ALCIDES CARRION N° 306	LA LIBERTAD	TRUJILLO	LA ESPERANZA TRUJILLO
OM	EMPRESA COMERCIAL DE RADIODIFUSION REGIONAL DEL NORTE S.R.L	650 KHz 1 KW	CARRET. IND. KM.2 TRUJILLO. SAN MARTIN N°472 TRUJILLO.	LA LIBERTAD	TRUJILLO	TRUJILLO TRUJILLO
OM	INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU - IRTP	720 KHz 25 KW	CARRETERA PANAMERICANA NORTE AV. JOSE GALVEZ N° 1040 URB. SANTA BEATRIZ	LA LIBERTAD	TRUJILLO	TRUJILLO LIMA
OM	GRUPORPP S.A.C.	790 KHz 10 KW	CARRETERA PANAMERICANA NORTE KM 557.5 AV. PASEO DE LA REPUBLICA N°3866, 2° PISO	LA LIBERTAD	TRUJILLO	MOCHE SAN ISIDRO

Fuente: Ministerio de Transporte y Comunicaciones Estaciones de radiodifusión autorizadas a nivel nacional  
[http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones\\_autorizadas.html](http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones_autorizadas.html)

Es en este contexto que Chami Radio logra una fuerte aceptación en el público otuzcano que será el indicado para la creación y realización del programa radial producto de este estudio. El contexto rural, campesino, de población con niveles en educación bajos, con necesidad de conocer y empoderarse sobre su realidad para prevalecer sus derechos, son el marco adecuado para que una radio católica y comunitaria como Chami Radio calce en esta iniciativa. Así se sentarán las bases de lo que fue el programa Agüita pa' vivir, del cual hablaremos con más detalle en los capítulos tres y cuatro.

A continuación explicaremos como se llevó a cabo el estudio de este caso, a propósito de los objetivos a lograr y la metodología empleada.

## 1.2 Objetivos

### 1.2.1 Objetivo general

Comprender el proceso de educomunicación en la radio peruana y comunitaria en beneficio de sus públicos objetivos, tomando como elemento de partida, el guión radial, en el caso particular del programa Agüita pa' vivir.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Destacar la labor educativa de la emisora local Chami Radio como radio peruana, comunitaria y de la Iglesia Católica.
- Analizar el proceso de creación, producción y realización del programa radial *Agüita pa' vivir* como el primer producto de este corte en la programación de Chami Radio.
- Comprender como el guión en *Agüita pa' vivir*, permitió lograr sus propios objetivos al estructurar sus contenidos de forma adecuada.
- Reconocer cuál es el rol del comunicador/guionista en la creación de espacios radiales educativos en emisoras comunitarias.

### ***1.3 Fuentes revisadas y metodología aplicada***

A propósito de mi experiencia en el mencionado programa regresaré a los personajes, a los temas, los procesos, los ensayos, la producción y post producción de cada uno de los contenidos planteados en los 20 programas que duró **Agüita pa' vivir**. Lo haré sobre todo, a través de los mismos actores que llevaron a cabo esta experiencia en comunicación, pasando por un previo análisis de lo implica el desarrollo de productos radiofónicos en el contexto peruano.

Para cada uno de los capítulos se necesitaron diversas fuentes que complementarían el análisis de la investigadora. En el caso del primer capítulo, se logró contactar el Gobierno Regional de La Libertad, quienes a través de sus colaboradores me facilitaron documentos con estadísticas de la provincia de Otuzco y sus actividades económicas. También la revisión exhaustiva de páginas web de la Defensoría del Pueblo, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones,

de Energía y Minas, CONCERTV y el INEI, con información actualizada basado en los reportes oficiales que emiten dichas entidades.

En el segundo capítulo las fuentes fueron sobre todo de índole bibliográfico pues se pretendría sustentar el marco teórico-referencial con estudios previos sobre la radio y el guión. Aquí autores clásicos como Lewis y Booth, Muñoz y Gil, Mattelart, Kaplún y algunos más modernos y cercanos a este contexto como Alfaro, Krohling, Haye, Holgado, Medina y Botello, Pousa y Yaguana, Chaparro, Rincón y López Vigil, complementan mi análisis sobre la radio y la educomunicación. Sobre el guión puedo mencionar a Feldman, Parent-Altier, Piug, Tamayo San Román si olvidar a Kaplún nuevamente, entre otros. También una revisión detallada de páginas web de instituciones como AMARC, ALER, CNR para corroborar información actualizada. Se buscaba además ligar los conceptos que formen la definición de guión radial como el elemento más importante de los productos radiofónicos.

En el tercer capítulo, profundizo en la exploración a Chami Radio como propuesta comunitaria y educativa a propósito de la fundamentación teórica al respecto. Sin duda, los referentes anteriores son también considerados para mostrar un panorama local más preciso. Sin embargo debo mencionar aquí también a autores como Acevedo, Bustamante, Fajardo, Flores Córdova, Menéndez, Rivadeneyra y Sabrera Ortiz como referentes importantes en la contextualización de las radios comunitarias en el Perú. Así como las páginas web Chami Radio, CEPES y Revista COMUNICAR, entre otros.

En lo referido a Chami Radio y al programa Agüita pa' vivir tanto en el capítulo 3 como 4, se buscaba sistematizar la experiencia, precisando dificultades y destacando los resultados. Las fuentes más importantes en este punto fueron las entrevistas a profundidad aplicadas a los actores mismos y participantes de dicha radio y programa respectivamente. Esta fue una decisión importante pues se necesitaba recordar detalles de un proyecto que ya tenía varios años de haber sido ejecutado. La única manera de lograr objetivos como conocer, comprender y analizar el programa Agüita pa' vivir y al labor de Chami Radio era escuchando a

sus propios actores participantes y de primera fuente complementar la información requerida.

De Chami Radio, Cela Talavera, Carlos Flores y Mary Moreno, fueron cruciales para el mejor entendimientos desde diversos puntos de vista de la dinámica del programa de radio. De la PUCP los licenciados Consuelo Durán y Adrián Menéndez me facilitaron información valiosa de esta institución como actor clave para el desarrollo de este proyecto de educomunicación.

Considero por tanto fundamental la revisión de fuentes del tipo descrito para cubrir todos los aspectos considerados en este estudio de la comunicación. En mi caso, dentro de la especialidad de Comunicación Audiovisual, pero más precisamente en el mundo del sonido y de su función social y educativa.

#### ***1.4 Preguntas y supuestos base de la investigación***

##### 1.4.1 Pregunta general

¿Cómo es el proceso de educomunicación en la radio peruana y comunitaria en beneficio de sus públicos objetivos, tomando como elemento de partida, el guión radial en el caso particular del programa Agüita pa' vivir?

##### 1.4.2 Supuesto general

Partiendo de la idea de que si es posible educar a través de la radio, la educomunicación se presenta como una de las características más destacadas de la radio comunitaria. En el Perú, ésta se caracteriza sobre todo, por ser rural y promovida por alguna institución o grupo de interés local. Por tanto, son espacios donde sus públicos puede expresar lo que sienten y piensan, como resultado de conocer mejor sus propias necesidades, llenando el vacío que dejan los otros medios de comunicación, en su mayoría privados y

comerciales. En ese contexto, el uso de la educomunicación y la creación de productos educativos radiales basados en su principal elemento para su estructuración a través del guión radial, buscan comprender, motivar y favorecer a la comunidad, en diversos temas de interés local y nacional.

#### 1.4.3 Preguntas específicas

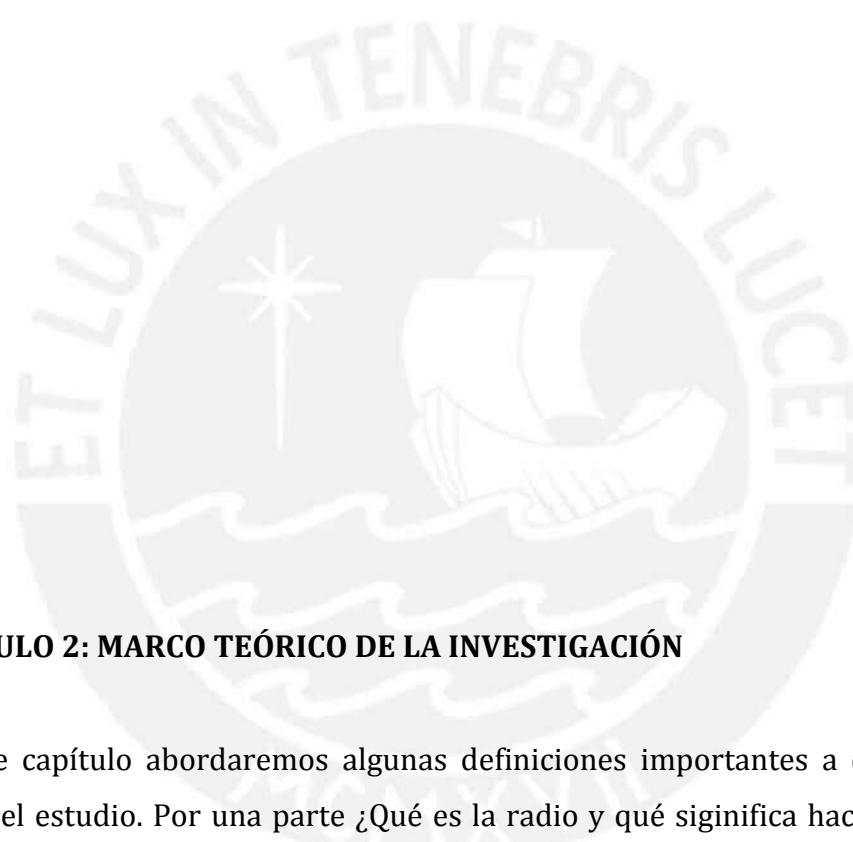
- ¿Cómo es la labor educativa de la emisora local Chami Radio como radio peruana, comunitaria y de la Iglesia Católica?
- ¿Cómo es el proceso de creación, producción y realización del programa radial Agüita pa' vivir como el primer producto de este corte en la programación de Chami Radio?
- ¿Cómo el guión en Agüita pa' vivir, permitió estructurar sus contenidos de forma adecuada para cumplir con sus objetivos?
- ¿Cuál es el rol del comunicador/guionista en la creación de espacios radiales educativos en emisoras comunitarias?

#### 1.4.4 Supuestos específicos

- Chami Radio 1140, es una emisora radial otuzcana de tipo comunitario por varias de sus características y ejes de desarrollo, similares a otras radios locales en el Perú. En el caso particular de Chami Radio, su sólida base marianista y el apoyo de la Iglesia Católica le permiten manejar una misión y línea editorial particular. El alcance geográfico y empático de Chami Radio con su público objetivo ha sido fundamental a lo largo de los años para cumplir con sus objetivos educativos y evangelizadores.

- Agüita pa' vivir es el primer programa radial de Chami Radio de corte educativo, transmitido a lo largo de varias emisiones con repeticiones dentro y fuera de dicha emisora con el pasar del tiempo. Los antecedentes, el contexto local, los actores participantes, los detalles de la producción y la preparación del mensaje radial fueron la base de su éxito.
- El guión es el elemento fundamental en la estructuración de los contenidos radiales en general y más aún en los educativos. Éstos provienen de una fuerte identificación y conocimiento del tema a trabajar y de su público oyente, además de una alta creatividad en la construcción de secuencias, personajes y acciones propias de cada una de las emisiones, vinculadas a su vez con temas específicos a tratar.
- El comunicador/guionista encargado de la creación de contenidos de un programa radial educativo, tendrá como labor fundamental el entendimiento adecuado de los contenidos nuevos, a ser dirigidos a un público objetivo particular. Es así que la educomunicación servirá de nexo entre los actores diversos de una comunidad y la resolución de sus necesidades sociales, siendo ésta fundamental para el desarrollo de las comunidades.





## **CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo abordaremos algunas definiciones importantes a destacar a lo largo del estudio. Por una parte ¿Qué es la radio y qué significa hacer radio? Las respuestas acompañan un análisis detallado a los elementos del lenguaje radiofónico así como la clasificación que se hace en la radio en cuanto a tipos y funcionalidades. Sin olvidar el componente técnico que involucra todos los procesos de una producción radial.

Más adelante nos embarcaremos en el elemento guión ¿Por qué es importante para los contenidos de un producto radial?. Conoceremos los procesos de creación de guiones y además iremos definiendo sus características, funciones y tipos,

haciendo un énfasis especial en los formatos de ficción utilizados con éxito en la radio.

Finalmente un acápite especial para la radio comunitaria y sus características, temáticas, ejes de desarrollo y ejemplos concretos que permiten además comprender mejor su función en el mundo y los principales criterios de la educacomunicación a través de este medio.

## **2.1 La radio: un medio de comunicación diferente**

*“La radio podría ser el más formidable aparato de comunicación que pueda imaginarse para la vida pública, un enorme sistema de canalización o más bien, podría serlo si supiera no sólo emitir sino también recibir, no sólo hacer escuchar al oyente, sino hacerlo hablar, no aislarlo, sino ponerlo en relación con los demás”.*<sup>5</sup>

Bertold Brecht (1932)

### 2.1.1 Características como medio de comunicación

Desde sus inicios, la radio ocupó un papel importante en la interacción de los individuos. Su aparición a inicios del siglo XX, planteó la posibilidad de comunicar, un pensamiento cualquiera, a las grandes masas a través de un aparato receptor. Hablamos por tanto, de lo que fue en su momento el gran inicio de los medios masivos de comunicación en el mundo, puesto que antes de la radio, no hubo nada similar, y después de la radio, apareció todo lo que el mundo conoce actualmente sobre la comunicación.

Rápidamente y con el paso de los años, la radio se consolida en el público, quienes adquieren cada vez más rápido, receptores donde podrían escuchar

<sup>5</sup> MEDINA ÁVILA, Virginia y BOTELLO HERNÁNDEZ, José. “Prólogo”. En “Homo audiens, conocer la radio: textos teóricos para aprehenderla”. Primera edición. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2013, pp. 21.

todo aquello que este medio transmita. Como ejemplo, sólo en Estados Unidos en 1921, el número de aparatos receptores pasó a ser, en menos de un año, de 50 000 a 600 000 y en ese mismo año se abrieron 286 nuevas estacionales (Medina y Botello 2013).

Se puede afirmar que, uno de los fines de la radio como medio de comunicación, será aquel potencial de comunicar a un público amplio, tal y como lo precisó David Sarnoff, fundador de la cadena estadounidense, National Broadcasting Company (NBC) en la década del 20. Todos los medios de comunicación en realidad, son el resultado del adecuado aprovechamiento de varios factores que los caracterizan.<sup>6</sup>

En el caso de la radio, de la posibilidad de transmitir en un medio, el del aire en este caso, ondas electromagnéticas a modo de canal, por el que se fluyen mensajes sonoros a pesar de las distancias, todo esto en tiempo real y sin costo, con sólo tener un dispositivo receptor de las mismas y algo de voltaje para hacerlos funcionar. De aquí se desprende el concepto de *Radiodifusión*, que no es otro que un sistema de transmisión de datos a través de las ondas sonoras que además es público y gratuito (Muñoz y Gil 1994).

Destacan también que el medio *radio* con el tiempo se ha dedicado a ir transmitiendo mensajes sonoros cada vez más complejos, más originales y creativos dando como consecuencia las diversas formas de contar historias en la radio. Esto a propósito del conocimiento más profundo de su lenguaje y funciones como medio de comunicación masivo.

Y es que la radio permite precisamente, la transmisión de estos mensajes sonoros, llevados a espacios donde no necesariamente otros medios de comunicación masiva llegan como la prensa escrita, o la televisión. A diferencia

---

<sup>6</sup> Para una breve reseña de la radio y su evolución como medio de comunicación revisar POUSA, Xosé y YAGUANA, Hernán. "Capítulo 1: La Radio". En "La Radio, un medio en evolución". Primera edición. España: Comunicación social ediciones y publicaciones, 2013, pp. 13-16

de éstos, la radio tiene algunas características que destacaremos y que le permite llegar mejor y más rápido a sus oyentes, a su público objetivo.

Entre sus características principales se encuentra la manera en que estos mensajes llegan a nosotros a través del único sentido posible, el oído. Es por ello, que parte de lo que se pueda comprender e interpretar de los mensajes radiales va a depender de lo que cada oyente piensa, crea e imagine.

Emma Rodero en sus varios escritos sobre el *medio radial* reitera que “la radio es un medio evocador de imágenes” pues al ser *unisensorial*, se basa sólo en lo que el sonido pueda transmitir y por lo tanto en lo que el oído pueda escuchar. Éste a su vez, es el único capaz de estimular la imaginación siendo ésta “su mayor limitación y a su vez su mayor atractivo.”<sup>7</sup> (2005).

Además, la variante duración en el tiempo le da otra característica importante. Pues antes que nada, “la radio es un medio fugaz”, decían Kaplún (1999) y otros autores pues lo que sucede en ella tiene sólo un presente, breve y único. No hay un pasado al cual volver, salvo que lo que escuchemos sea un producto radial grabado previamente y tengamos la capacidad de manipularlo. Y es aquí donde podemos establecer una primera diferencia entre la radio como medio ‘en vivo’ donde lo que se dice es oído por el público y no hay vuelta atrás; y la radio, como un medio donde podemos oír productos previamente editados y que ‘fingen’ ser en vivo, para no perder esta característica: *la inmediatez*.

Esta característica, le ha ganado desde siempre su comparación con los otros medios en otros soportes, como la televisión o la prensa escrita. Básicamente pues es mucho más sencillo, económico y accesible escuchar la radio que cualquier otro medio. Inclusive en los espacios y lugares más remotos, la radiodifusión dependerá sólo del aire y un voltaje mínimo dependiendo de

---

<sup>7</sup> RODERO, Emma. “¿Veo cuando oigo? Recursos sonoros para estimular la creación de imágenes mentales en el oyente”. En <http://www.portalcomunicacion.com/>. España: Universidad Autónoma de Barcelona, 2011, pp. 3

cada receptor, como espacio para distribuir las ondas sonoras. Esto implica más cerca, más rápido y en cualquier lugar.

Este atributo del medio radial, supone la siguiente característica consecuente: la *popularidad*. “La inmediatez también se manifiesta por la interlocución que se da con el público” (Pousa y Yaguana, 2013:43). Y es que la radio se siente cercana, se siente amiga, se siente confidente, porque en el día a día podemos escuchar a personas como nosotros, digamos los ciudadanos “de a pie” dar su opinión, llamar por teléfono o contarnos alguna historia. “La radio está más cerca de la gente” decía una conocida frase de una emisora local, y de la cual el periodista Miguel Humberto Aguirre se valía para decir “El éxito de la radio, tanto en Lima como en provincia, radica en que las personas pueden expresarse y hablar.”<sup>8</sup>

De aquí se desprende la última característica que es la *compañía*. La radio será el único medio que como oyentes, nos hará sentirnos acompañados. Esto sucede por el mismo hecho de que, al no involucrar otros sentidos, podemos realizar otras actividades en simultáneo sin dejar de escuchar a la radio en un plano sonoro más lejano.

La radio a diferencia de otros medios no nos impide ‘ver’, ‘tocar’ o ‘sentir’ otros elementos, situaciones o actividades. Claro está, que esto significará un arma de doble filo. Puesto que así como es tan cálida y su compañía es tan agradable, también es posible que nos distraigamos fácilmente y que perdamos la hilación del mensaje radial por pura desconcentración.

Existe entonces la posibilidad de ‘cansarnos’ de la radio y de sus mensajes. Este será el gran reto del comunicador, conductor, periodista radial, al momento de contarnos historias por este medio. La creatividad, la empatía que se logra con el público y otros factores de estructura de los programas serán precisamente a los que nos dedicaremos en la segunda parte de este marco teórico, cuando

<sup>8</sup> En visita hecha a la web <http://www.concortv.gob.pe/index.php/noticias/1083-la-radio-te-acerca-a-la-gente-y-la-gente-esta-cada-vez-mas-cerca-de-la-radio.html> en Marzo 2015

veamos puntualmente la creación de guiones. Esto muy al margen del tipo de programa radial propuesto y del objetivo que tenga per se.

Resumiendo, esta suma de características: *la unisensorialidad, la inmediatez, la popularidad y la compañía*, son posibles gracias al lenguaje y a los códigos empleados en la transmisión de estos mensajes radiofónicos a través de las ondas sonoras. A continuación, y para precisar sobre esto, presentaremos el siguiente acápite dedicado al lenguaje radiofónico y sus elementos utilizados de manera especializada en la transmisión de contenidos radiales.

### 2.1.2 El lenguaje radiofónico y sus elementos

*“Si el concepto no fue claro en la radio, nadie va a poder rebobinar ese momento, entonces ya salió, ya se dijo y si usted entendió algo enhorabuena, y si no entendió nada, que pena, y si entendió a medias, ni modo ya está.”<sup>9</sup>*

Carlos Flores (2014)

El lenguaje radial, es el conjunto de los elementos sonoros utilizados para contar y transmitir información que busquen estimular a sus oyentes de manera sensorial. Esto con el objetivo principal de evocar determinadas “imágenes” en público que las escucha y porque no, para motivar, incitar y provocar determinadas sensaciones, emociones y porque no comportamientos en él.

La sensibilidad del órgano de la escucha, el oído, y la sugestión que pueda crear un buen comunicador a través del mensaje radial, será directamente proporcional a su éxito en cuanto a la llegada a sus audiencias, es decir, a su público objetivo.

<sup>9</sup> En entrevista realizada en Setiembre 2014 por la autora de esta tesis, al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007.

Como lo resumió la investigadora Virginia Medina, el objetivo principal del lenguaje radial, será “la creación de imágenes mentales en el oyente que ha de estar diseñado de acuerdo con una adecuada combinación de los recursos expresivos sonoros del lenguaje radiofónico” (2013:103); siendo éste válido para todo tipo de programas radiales. Así también, será la base del futuro lenguaje audiovisual donde lo visual, podrá ser representado por una imagen y complementará de manera más precisa la transmisión de estos mensajes.

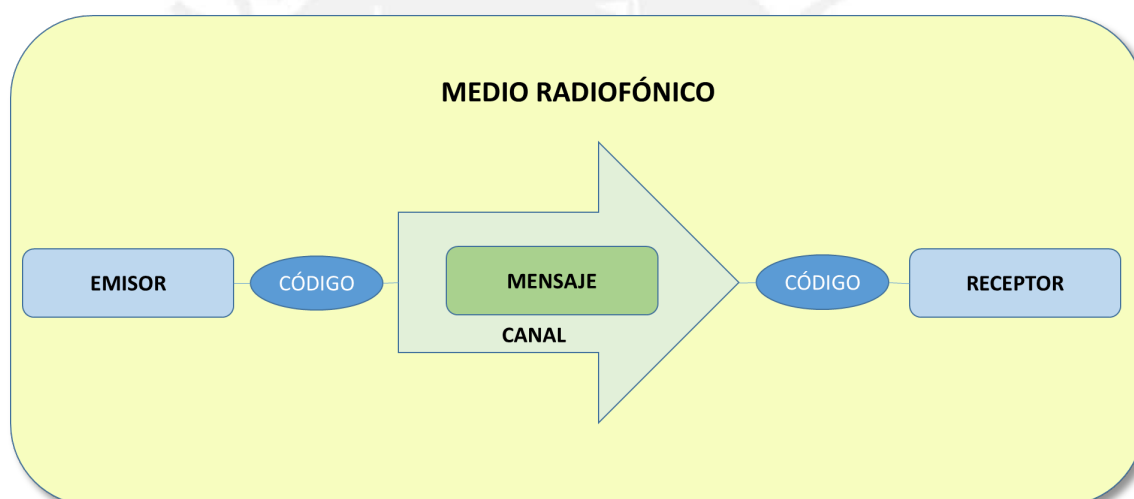
Si bien es cierto, el lenguaje audiovisual había nacido unos pocos años antes a través del medio cinematográfico, el uso del sonido para la transmisión de mensajes se veía limitado a la música como único elemento disponible antes del nacimiento del cine sonoro.

Los elementos a utilizarse en la transmisión de mensajes radiales se basan en el esquema de la comunicación básico desarrollado por Claude Shannon y Warren Weaver en su libro llamado, ‘The Mathematical Theory of Communication’ (1949). De aquí partimos para explicar mejor los siguientes elementos (véase cuadro 8):

- ✓ Un *emisor*, que como fuente produce el mensaje a transmitir desde la radioemisora y está representado por un transmisor radial.
- ✓ El *mensaje* en sí, en este caso el mensaje radial que hace uso del lenguaje radiofónico, emitido gracias a la captación del sonido por un micrófono y llevado desde el dispositivo transmisor hasta el receptor.
- ✓ El *código* usado, es decir el idioma para contar las historias, conocidos tanto por el que emite como el que recibe el mensaje para que fluya la comunicación.

- ✓ El *canal* es el que permite distribuir el mensaje, a decir, a través de antenas que de manera inalámbrica envían las ondas electromagnéticas hasta los dispositivos receptores.
- ✓ Un *receptor* que en este caso es el oyente del mensaje radial, que podría estar a kilómetros de distancia y aún así escucharía correctamente el mensaje.
- ✓ El *medio*, el soporte donde transmitiremos estos mensajes, el medio radial en este caso.

Cuadro 8. Esquema básico de comunicación radiofónica



Diseño: Elaboración propia

El valor que tienen cada uno de estos elementos del proceso de comunicación dentro de una transmisión radiofónica será tal, si sólo si, el código y el mensaje sean absolutamente manejados tanto por emisor como por receptor. Cabe resaltar que nos estamos refiriendo a una comunicación en un solo sentido, es decir un ida sin vuelta. Ésto como punto de partida antes de la llamada retroalimentación del receptor, de la cual detallaremos más adelante al hablar de radios comunitarias.



Y a propósito de este valor otorgado a la transmisión radiofónica, es que debemos referirnos a aquella evocación de imágenes mencionada anteriormente que de cómo resultado un sentimiento, una sensación, una emoción, un sentido. Ya lo determinaba Kaplún al decir que “la auténtica comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no sólo el estrato pensante del receptor sino también su estrato emocional” (1999:63). Sólo así se lograba una comunicación eficaz y adecuada. Este valor agregado de la radio se verá en sus distintas funciones y tipos como lo veremos más adelante también.

Es así que con el paso de los años, el uso de la palabra, el acompañamiento musical, los efectos sonoros, los ambientes o atmósferas y el silencio o la pausa, serán aquellos elementos con los que se podrá transmitir estos mensajes. La idea de conjugar estos elementos para la transmisión de mensajes radiofónicos de forma acertada, adecuada al público y entretenida, dependerán de crear bien la fórmula de, *lo que se quiere transmitir y a quien lo vamos a transmitir*. A propósito de esto lo desarrollaremos mejor cuando hablemos del guión como la base para que esta fórmula funcione.

A propósito de los elementos de los cuales nos valemos para contar mensajes radiofónicos vale mencionar a:

La *palabra*, como el elemento más importante del cual se valerá el comunicador para transmitir un mensaje radial. “La palabra será el lenguaje humano por excelencia y por ello el elemento principal del lenguaje radiofónico” (Muñoz y Gil 1994:36). Puesto que el manejo de la palabra para el ser humano significa tener poder. El poder para divulgar, proclamar, opinar y también exigir lo que pensamos, como nuestros derechos y deberes como personas. Si bien las palabras dependerán del idioma que las engloba, hay algo común al elemento palabra muy importante en el discurso radial y en cualquier tipo de discurso usado en los medios, y es que la palabra dicha por alguien en el momento y lugar adecuados es un hecho único y de suma

importancia por el impacto que conlleva su interpretación en el público oyente (Holgado 2013). Además, la forma en que la palabra sea dicha, también llevará un significado en particular, un sentido diferente que cada comunicador puede crear para llegar al público.

En segundo lugar, la *música*, usada casi siempre como compañía o complemento a la palabra hablada, va a producir un sentido y emociones más complejas aún pudiendo reforzarlas, subrayarlas, precisarlas o por el contrario contrarrestarlas, oponiéndolas, confrontándolas. Es el llamado efecto o aporte empático y anempático respectivamente de la misma sobre la palabra o sobre cualquier otro de los elementos sonoros, como lo menciona Michael Chion en su exposición sobre la Audiovisión (1993). La música será un elemento tan natural para el ser humano, puesto que lo acompaña desde sus inicios y a su vez tan llena de significado que su interpretación pues siempre tendrá un carácter polisémico dependiendo del contexto cultural en el que esté definida e interpretada. Es por ello que el complemento que tendrá la música con la palabra en un mensaje radiofónico puede ser muy poderoso y superior, más inclusive que el que cada uno de estos elementos de manera individual, pueda lograr (Pousa y Yaguna 2013).

Los *efectos* sonoros y los ambientes o *atmósferas* sonoras serán a su vez, el matiz complementario que necesita todo mensaje radiofónico. Un efecto de sonido refuerza, enfatiza, una acción o un personaje. Un ambiente le da contexto, sitúa, o incluso promueve el drama desarrollando también sensaciones y sentidos determinados (Oliart 2011). El complemento que pueden ofrecer los efectos sonoros al mensaje radiofónico es importante en la medida que están colocados en una proporción adecuada. Vale decir, sin exagerar de tal modo que enmascaren los demás elementos que suelen ser primordiales y sin que estén demás a tal punto de que podrían no estar y el mensaje seguiría funcionando igual.

Sobre el *silencio*, decía el músico y escritor Murray Schafer que “no existe el silencio para los vivos, no tenemos párpados en los oídos” (Holgado 2013:38). En todas partes y en todo lugar donde exista vibración de cualquier elemento siempre habrá sonido. Por tanto el silencio como tal y exclusivo, no existe. Sin embargo, en la radio, existen silencios o pausas, sobre todo de la palabra, que pueden ser de dos tipos: Una pausa o bache como lo etiqueta López Vigil (2005) en su Manual para Radialistas Apasionados, que ha sido producto de un error técnico, del locutor, de la señal, o de algún desperfecto causado por las máquinas o el ser humano; que usualmente incomoda la transmisión del mensaje y obstaculiza su buen entendimiento, al nivel de molestar al oyente. Y una pausa adrede, o un silencio puntual de la palabra, un silencio musical o de efectos sonoros pensado en reforzar o remarcar un hecho. Una pausa con significado, que también cuenta y narra con mucha mayor precisión inclusive que si no la hubiera puesto que, como explica López Vigil:

“[...] los distintos tipos de silencios vienen siendo como el sistema de puntuación en el lenguaje escrito. Comas y puntos que sirven para recordar al lector la oportunidad de separar frases y párrafos. El silencio, en radio, no dice nada por sí mismo, refuerza otros decires. El silencio es a la palabra lo que la sombra a los cuerpos: los resalta.” (López Vigil 2005:37)

Para nuestra investigación en particular, el uso combinado de los elementos de este lenguaje, tendrá particular importancia en el uso principal de la palabra. Precisamente por el carácter tradicional y culturalmente oral que caracteriza a nuestra población sobre todo de la sierra del país. La palabra hablada, ha sido la encargada a lo largo del tiempo, de transmitir de generación en generación las costumbres, creencias y conocimientos sobre el mundo y lo que rodea a las personas a falta de escritura y de un respaldo físico que las soporte.

El lenguaje radiofónico pretende entonces, con todos sus elementos, comunicar un mensaje, basados en un código particular –idioma y contexto cultural– y partiendo de las cualidades propias de cada uno como son: el timbre

–color o interpretación–, el tono –altura o frecuencia–, el volumen –la amplitud o el nivel– y su duración en el tiempo<sup>10</sup>. Todos y cada uno de estos elementos buscará lo que cada producto radiofónico propiamente tiene como objetivo de acuerdo a su función, que es lo que a continuación veremos.

### 2.1.3 Tipología y funciones de la radio

Se puede resumir que la radio tiene la función de producir goce y deleitarnos y a la vez de servirnos y ser útiles para algún fin. Pero el deleitarnos ya implica una utilidad en sí misma para sus públicos, explica Ricardo Haye (2003). Los fines particulares pueden ser muchos, éstos van a depender, casi en exclusiva de cómo se ha empleado el lenguaje radiofónico y como han sido finalmente los mensajes transmitidos.

Sobre las formas de transmitir estos mensajes en la radio, hay muchas. Las formas o formatos radiales, van de la mano de los tipos de radio que existen. Algunos autores como Rivadeneyra suelen mencionar a la radio comercial, diferenciada de la comunitaria y de la educativa como la principal clasificación según su finalidad.<sup>11</sup>

Sin embargo, para comprender sus funciones como medio, hay que pasar a revisar que tipos de productos radiales existen actualmente en la oferta internacional y local. De aquí se desprenden dos clasificaciones importantes que se aplican también para el Perú y que precisaré líneas abajo:

---

<sup>10</sup> Síntesis elaborada por la autora de esta tesis (2012) basada en el compendio realizado para sus clases teóricas del curso Lenguaje Audiovisual dictadas a su cargo en el Instituto Orson Welles

<sup>11</sup> BALLESTEROS, Tito. "Perú" por Carlos Rivadeneyra. En "La Radio en América Latina y el Caribe – Mapa de Radios". Colombia, 2012, pp. 23

- Según sus *contenidos*,<sup>12</sup> se pueden sintetizar hasta en 4 tipos:
  - a. La radio con mensajes *informativos* o *periodísticos*. Relacionada sobre todo a emisoras que utilizan el formato de noticiero, reportaje, crónica, entrevistas, comentarios, etc. como parte del género periodístico.<sup>13</sup>
  - b. La radio *musical* donde puntualmente se ofrece música comprada por la radio con los permisos para re transmitirlos. El archivo musical que posea una emisora será proporcional a la inversión económica que haga esta en comprar los derechos de transmisión a sus intérpretes o compañías disqueras. Los géneros musicales seleccionados dependerán exclusivamente del público al cual van dirigidos contenidos de dicha emisora. Como ejemplo en el caso de Lima Metropolitana, la oferta musical va desde la cumbia, las baladas, la salsa, el rock, el folklore y el reggaetón.<sup>14</sup>
  - c. La radio con mensajes de *entretenimiento*, de conversación, de concursos o de tipo magazine, incluidos los dramatizados y radionovelas. Estas emisoras suelen combinar contenidos informativos y musicales, los formatos que manejan para la transmisión de sus mensajes no son exclusivos y se caracterizan por el alcance a diversos públicos. En ese sentido las corporaciones radiales, como es el caso del Perú, suelen diversificar su oferta de emisoras con varias estaciones diferencias.<sup>15</sup> El caso más conocido es el del grupo RPP con al menos 6 emisoras, sólo en Lima, con diversidad de

<sup>12</sup> Síntesis elaborada por la autora de esta tesis (2014) basada en el compendio realizado para sus clases prácticas del curso de Radio a su cargo en la Pontificia Universidad Católica del Perú

<sup>13</sup> Para mayores referencias estas formas revisar MUÑOZ, José Javier y GIL, César. "Capítulo IV: géneros informativos radiofónicos". En "La Radio: teoría y práctica". España: Instituto Oficial de Radiodifusión Española, 1994, pp. 125-145

<sup>14</sup> Para mayor información revisar el informe de IPSOS PERÚ 2013 en [http://www.ipsos.pe/Habitos\\_usos\\_y\\_actitudes\\_radio\\_2013](http://www.ipsos.pe/Habitos_usos_y_actitudes_radio_2013)

<sup>15</sup> Para mayor información revisar MENÉNDEZ VALDIVIA, Adrián. "Capítulo 1 "Escuchando diversas voces: Las corporaciones de radio en el Perú 1990-2010". En Giuliana Cassano (editora). En Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP. 2011, pp. 21-35

contenidos: Radio Felicidad, Radio Studio 92, Radio La Zona, Radio Capital, Radio Oxígeno, Radio Sabrosa, Radio Corazón y Radio RPP.<sup>16</sup>

- d. Y finalmente la radio *educativa*, muchas veces vinculada a instituciones de este tipo como universidades, institutos o colegios. O incluso el propio Estado con sus respectivos ministerios públicos, gobiernos regionales y municipios. En el caso peruano, existen más contenidos educativos como programas y no necesariamente como emisoras, que exclusivamente se dediquen a estos temas.

Esta división será más o menos dependiente del modo en que transmiten su mensaje y del lenguaje utilizado para la misma.

- Según sus *formas de difusión y de financiamiento*,<sup>17</sup> la podemos dividir en 3 tipos típicamente usados internacionalmente. Ésta categorización, equivale a distinguir quienes son el sustento económico de una emisora radial.
  - a. Tenemos por un lado a la radio *comercial*, sostenida por cualquier empresa de radiodifusión con capitales privados gracias a las ventas de publicidad. En ese sentido la mayoría de emisoras en la actualidad se basa en esta forma de financiamiento puesto que se trata de prevalecer el negocio y su rentabilidad ante todo.
  - b. En segundo lugar la radio *pública*, donde será principal o totalmente el Estado quien financie este tipo de radio con recursos públicos provenientes de los impuestos de los ciudadanos de una comunidad, región o país. Algunas veces la radio pública comparte el soporte económico con empresas privadas. También hay casos

<sup>16</sup> Para mayor información sobre la oferta radial del Grupo RPP visitar la web

<http://www.gruporpp.com.pe/productos.php?id=oQ==>

<sup>17</sup> Síntesis elaborada por la autora de esta tesis (2014) basada en el compendio realizado para sus clases prácticas del curso de Radio a su cargo en la Pontificia Universidad Católica del Perú

como el español que comparten sus fuentes de financiamiento con grupos civiles lo que la vuelve casi comunitaria como en caso de la radio española y las radios asociativas.<sup>18</sup>

- c. Y la radio *comunitaria* que existe por el constante apoyo de los miembros que la conforman, sean una organización, comunidad, asociación, iglesia, equipo, partido político, etc. Como tal, sustenta además sus contenidos en función de las necesidades de esta comunidad, pudiendo ser de diversos estilos.<sup>19</sup> En el siguiente capítulo explicaremos de forma más detallada aquello que caracteriza a una radio comunitaria.

En el Perú, esta división se encuentra también vigente y reforzada por la ley N° 28278<sup>20</sup> sobre Medios de Comunicación, la clasificación de la radio según su finalidad está definida como comercial, educativa o comunitaria.

- a. La finalidad *comercial*: “Son aquellas 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”.<sup>21</sup> Se trata de la mayoría de estaciones de radio en el país y que funcionan tanto en la Amplitud Modulada (AM) como la Frecuencia Modulada (FM).
- b. En el caso de la finalidad *educativa*, el Estado peruano especifica: “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

<sup>18</sup> Revisar el capítulo 2 de estas tesis, acápite 3 primer punto: “La radio comunitaria en el mundo: definición y antecedentes”

<sup>19</sup> Revisar el capítulo 2 de estas tesis, acápite 3 segundo punto: “Características de la radio comunitaria: Ejes de desarrollo”

<sup>20</sup> Revisar Ley N°28278 de Radio y Televisión con fecha 15 de Julio del 2004 del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

<sup>21</sup> Revisar Ley N°28278 de Radio y Televisión, artículo 9 ‘Por su finalidad’

peruana”.<sup>22</sup> Aquí precisa que por ejemplo, entidades educativas, como las universidades, sólo pueden ofrecer este tipo de servicios de radiodifusión.

- c. A la finalidad *comunitaria* se les asigna además, un rango predeterminado de frecuencias dentro de la amplitud modulada. Tiene la siguiente definición: “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>23</sup>

A ésta última, algunos autores a nivel internacional, también la llaman radio alternativa o popular, sobre todo por como son sostenibles económicamente. Son precisamente una alternativa al modelo tradicional de empresa radiodifusora, que involucra directamente a los ciudadanos para su manutención.

La radio entonces, al margen del tipo que tenga, buscará con sus mensajes: entretener, informar, también vender claro está y educar. Pero la radio también, a un nivel más profundo en sus oyentes y al margen del tipo de programa, puede: concientizar, sensibilizar, motivar, apoyar, orientar, relajar, estimular, etc.

Actualmente las radios buscan articular todas estas funciones para producir programas integrales y que calcen mejor en los públicos específicos, sobre todo de forma más precisa. Es por eso que “la radio es un medio en constante evolución” afirman Pousa y Yaguana (2013:75), pues a lo largo de su

<sup>22</sup> Revisar Ley N°28278 de Radio y Televisión, artículo 9 ‘Por su finalidad’

<sup>23</sup> Revisar Ley N°28278 de Radio y Televisión, artículo 9 ‘Por su finalidad’



existencia, ha demostrado su adaptación a los públicos, a las formas de narración y de difusión sin perder de vista los referentes modernos, con el fin de generar empatía y lograr sus objetivos.

A propósito de ésta última funcionalidad es que pasaremos a analizarla con mayor precisión en los siguientes acápites cuando expliquemos las características y fines de la radio comunitaria.

#### 2.1.4 La producción radial

Todos los programas de radiofónicos, sean del tipo que fuesen y con los contenidos que manejen, pasarán por un proceso de realización que se caracteriza por tres etapas: la *pre-producción*, la *producción* y la *post producción*. Estas tres etapas no son ajenas a la realización de cualquier producto visual y/o sonoro y que sea difundido a través de algún medio de comunicación.

Para la realización de productos radiofónicos, nos basaremos además en el esquema básico de la comunicación revisado en el segundo acápite de este capítulo. Partiendo de éste, procederemos a explicar como se da este proceso de transmisión de mensajes radiofónicos y que actores están involucrados en él. De aquí se desprenderán también las responsabilidades del equipo de producción<sup>24</sup> dentro de los programas radiales. Pasemos a explicar estas etapas relacionadas directamente al que hacer en el medio radial<sup>25</sup>:

- a. En la *pre-producción*, partimos de una idea principal, un mensaje a transmitir y sobre todo un objetivo que lograr, es decir *¿para qué y para quiénes haremos este programa de radio?* Este será el punto de partida para la creación de contenidos. Debemos responder

<sup>24</sup> Entiéndase como equipo de producción, a las personas involucradas en el proceso de transmisión de mensajes radiofónicos para que se lleve a cabo adecuadamente.

<sup>25</sup> Síntesis elaborada por la autora de esta tesis (2015) basada en su trayectoria como comunicadora audiovisual en la realización de productos visuales y sonoros como parte de su práctica profesional

además, a las siguientes interrogantes: *¿qué es lo queremos transmitir al oyente y cómo se lo comunicaremos de la mejor manera?*

En esta etapa por tanto, centramos nuestra atención en la preparación, organización y programación de nuestro producto radial. Vale decir, qué necesitaremos para llevarlo a cabo - información e investigación del tema, materiales a utilizar- quiénes serán los involucrados en esta tarea -el equipo de producción necesario: productores locutores, técnicos de sonido- y con qué frecuencia será transmitido -género, horario-p. A propósito de esto afirmaba Kaplún: “sólo si ud. tiene un propósito claro y definido, si es capaz de explicar con claridad y concreción para qué quiere hacer su programa, qué se propone aportarle al oyente, su proyecto tiene razón de ser.” (1999:266)

Es en esta etapa también donde se creará el guión radial, como la herramienta donde se plasmará la estructura final que tendrá un programa de radio próximo a emitirse. El equipo de producción en esta etapa, tendrá como mínimo, la participación del productor - como el responsable de que todas las herramientas estén listas, evaluadas y ensayadas previas a la transmisión- y el guionista - como el responsable de que los contenidos a través del guión estén listos para la transmisión-. Esto lo explicaremos con mayor detalle en el siguiente acápite.

- b. En la *producción*, se llevará a cabo el ‘hacer’, con el guión radial listo, iniciaremos el proceso de emisión en vivo y/o grabación del producto radial según sea el caso. Aquí la pregunta a responder es el *¿cómo y dónde hacemos el programa radial?*

En el caso de las emisiones en vivo, situarnos en la cabina o estudio de transmisión y conectarnos a través de las ondas electromagnéticas con los receptores que tengan los oyentes. Dicha cabina deberá estar acústicamente preparada para este fin. Además, se deberá contar con el siguiente equipo de producción como mínimo: un productor encargado de la realización del producto radial -como responsable de todas las actividades-, un locutor que transmita el mensaje radiofónico -que utilizará correctamente los elementos de lenguaje radiofónico- y un técnico de sonido encargado del control de dicha cabina -tendrá a su cargo el uso adecuado de los micrófonos y dispositivos necesarios.

En el caso de las grabaciones, la cabina o estudio se convertirá en uno de grabación. También deberá estar acústicamente aislada para evitar el ingreso de ruidos parásito e interferencias innecesarias. El equipo de producción será el mismo, sin embargo, habrá una persona más, el editor o post productor, que tendrá su función especificada en el siguiente punto.

Finalmente dejaremos listos todos los insumos necesarios para la futura edición y/o transmisión, por ejemplo la presentación del programa, las caretas, cortinas, cuñas y promociones. Esto lo explicaremos también con mayor detalle en el siguiente acápite

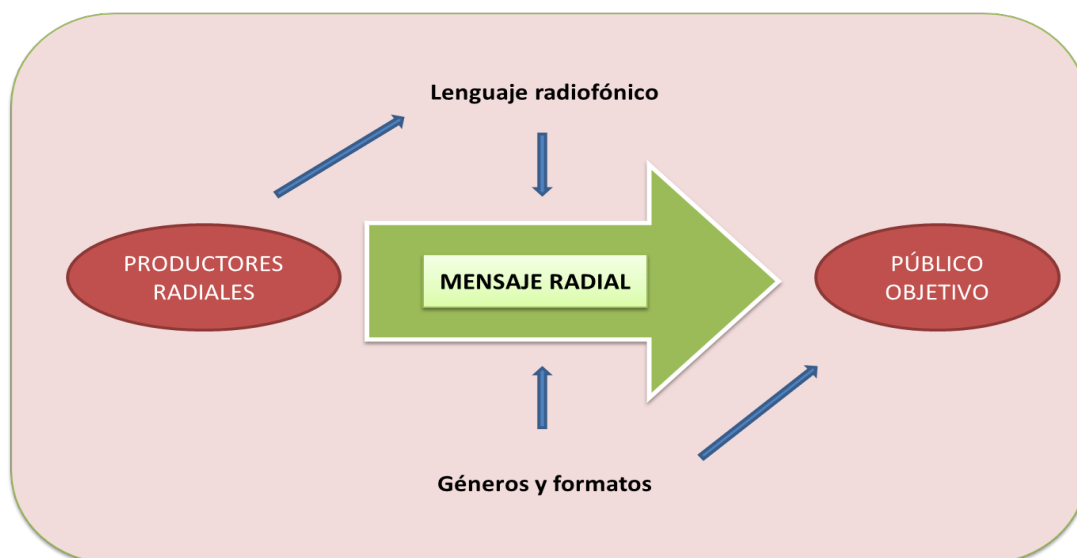
- c. En la *post producción*, en el caso de los programas radiofónicos grabados, como en el caso de 'Agüita pa' vivir' realizaremos la edición de los contenidos previamente grabados. Además incluiremos aquellos insumos previamente grabados pudiendo ser también sondeos o encuestas del público, entrevistas resumidas, consejos o tips puntuales. Todos los elementos del lenguaje radiofónico serán explotados aquí creativamente y serán balanceados en la mezcla final del producto.

El equipo de producción en esta etapa está también incluido el productor y en este caso el editor o post productor. Muchas veces suele ser el mismo técnico de sonido que conoce los dispositivos y herramientas informáticas adecuadas para la edición del mismo. En otros casos puede ser un profesional especializado en la edición y la mezcla sonora. En cualquier caso, requieren siempre la supervisión del productor que sobre todo, maneje los tiempos apropiados, puesto que esta etapa puede durar tanto o más tiempo que la propia pre-producción.

La dirección del trabajo de edición estará basado en el guión como documento escrito, que ha estructurado previamente el programa radial. El guión será la pauta a seguir puesto que sino las posibilidades pueden ser infinitas al combinar música, efectos de sonido, voces y silencios. Es en esta ultima etapa donde debemos confirmar si hemos respondido adecuadamente las preguntas hechas en la pre-producción pues de eso dependerá que el programa radial cumpla con sus objetivos planteados.

Sobre el proceso de transmisión de mensajes radiofónicos podemos identificar entonces a los siguientes elementos a proósito del análisis anterior (ver cuadro 9):

Cuadro 9: Proceso de comunicación radiofónica



Diseño: Elaboración propia

- a. Productores radiales, comunicadores, guionistas, locutores, creadores de contenidos.
- b. El lenguaje y todos sus elementos empleados para la adecuada transmisión del mensaje radiofónico.
- c. Los géneros y formatos radiales que dependerán exclusivamente de los contenidos -informativos, musicales, de entretenimiento y educativos- y para quienes serán transmitidos los mismos.
- d. Las audiencias o públicos objetivos de estos programas radiales y que recibirán el mensaje.

La creación de los guiones por tanto será una herramienta que permitan articular, a través de las etapas y los actores involucrados, todos los

elementos del proceso de comunicación radial. En el siguiente acápite veremos con más detalle los usos de esta herramienta.

## **2.2 El guión como herramienta para la elaboración de contenidos**

*“Sólo puedo tener claridad en mis objetivos al realizar una producción sonora si la puedo explicitar en papel [...] en el que me planteo de dónde parto, hacia donde quiero llegar, cuál será mi estrategia discursiva y la impronta enunciativa que le daré al trabajo. Esto implica criterios comunicacionales, estéticos y materiales concretos -música, sonido, textos-.”<sup>26</sup>*  
 Andrea Ximena Holgado (2013)

### **2.2.1 El guión como estructura narrativa de todo producto radial**

El guión es un documento inicial que refleja lo que será, una vez realizado, un producto -audiovisual o sonoro- donde de manera lineal se detallan todos los elementos que deberá tener dicho producto, vale decir, los diálogos y sus acciones. Hay que resaltar que el guión no es la obra en sí, sino es una “descripción lo más detallada posible, de la obra que va a ser realizada. Puede ser bueno, malo o regular, pero no es la obra en sí misma.” (Feldman 2008:14).

En la radio, escribir un guión consiste en plasmar por escrito todos los contenidos que se sucederán en el tiempo, en el futuro programa de radio y servirá básicamente “para estructurar el lenguaje radiofónico y, a la vez, sincronizar a locutores y técnicos a la hora de ejecutar una idea” (Pousa y Yaguana 2013:102). En todos los casos se considera un requerimiento

<sup>26</sup> HOLGADO, Andrea Ximena. “Pauta, guión, libreto. El lienzo sonoro”. En “Identidad Sonora en tiempos de intermedia”. Primera edición. Argentina: Ediciones CICCUS, 2013, pp. 189-190

indispensable antes de la creación y transmisión, ya sea en vivo o grabado, de un producto radial.

El guión radial, debe considerar en primer lugar, que es un texto escrito con el fin de ser escuchado y no sólo para ser leído. Esto al margen del tipo de radio para el cual ha sido creado y de sus contenidos, como afirmamos en el acápite anterior, pudiendo ser radio informativa, musical, de entretenimiento o educativa. Esto significa que un concepto o idea que pueda explicarse en un texto escrito en unas pocas líneas, en el guión habrá de considerarse a veces unas cuantas páginas que describan esta idea. Quizás a través de un diálogo entre locutores, o un monólogo que cuente una historia, o una lectura de una noticia o información determinada.

Hay que escribir entonces para el oído, precisa Holgado, quien además reitera en el orden a seguir para lograr que un guión se comprenda mejor por todos los involucrados en el proceso de producción radial. El manejo la información dentro del documento guión en cuanto al orden en que se mencionan las acciones debe ser claro, sencillo y entender. En ese sentido el manejo de la estructura aristotélica heredada del medio teatral y luego adaptada al medio cinematográfico, se pueden también aplicar fácilmente a la estructuración del guión radial. Se tiene así un inicio, un medio y un final o en palabras de Holgado una apertura o presentación del tema, un desarrollo del mismo y un cierre breve a modo de conclusión. (2013:108-109)

El guión radial deberá servir a una estrategia de comunicación, ya sea la línea editorial que maneje la emisora, o los ejes temáticos que motiven la creación de un programa radial.<sup>27</sup> En cualquier caso, el guión como documento guía de la estructuración de contenidos radiales deberá considerar algunos elementos en común. A propósito, tomaremos como referencia una propuesta de Holgado

---

<sup>27</sup> Revisar el capítulo 4 de estas tesis, acápite 1 sobre la producción del programa Agüita pa' vivir y la elaboración de contenidos

(2013) en combinación con una propuesta propia para definir que todo guión debe considerar:

- ✓ El objetivo a comunicar
- ✓ El público o destinatario del mensaje
- ✓ El formato del programa y sus estilos
- ✓ La idea y temática a tratar
- ✓ El contexto y la coyuntura en la cual se crea el programa

Al escribir un guión para radio entonces, se deberá cumplir como función más importante, lograr el objetivo principal del programa radial. Esto cumpliendo con la satisfacción de una necesidad de transmisión y narración del mensaje radiofónico, en el marco de un proceso de comunicación y dirigido hacia un público determinado para a partir de allí, iniciar la redacción del mismo.

Sobre este punto del público objetivo del programa radial, será importante considerar al adaptación de los formatos según sus receptores y la empatía con éstos (Rincón 2006), esto lo veremos con claros ejemplos de uso en el último punto de este acápite.<sup>28</sup>

Si bien es cierto, cada programa se basará en los objetivos específicos que quiera lograr, el cumplimiento de los mismos dependerá, casi de forma exclusiva, de los contenidos que maneje y de que forma se transmita el programa.<sup>29</sup>

Finalmente, el guión radial maneja y controla el tiempo de los participantes en la producción de un programa de radio, como lo especificamos en en acápite anterior.<sup>30</sup> El componente principal por tanto, sobre el cual se basará la

<sup>28</sup> Revisar el capítulo 2 de estas tesis, acápite 2 punto 5 sobre recreación de la realidad y los formatos de ficción

<sup>29</sup> Revisar los puntos 3 y 4 del presente acápite: "Características y tipología del guión radial" y "¿Cómo y para quiénes se elabora un guión radial" respectivamente.

<sup>30</sup> Revisar el capítulo 2 de estas tesis, acápite 1 punto 4 sobre la producción radial



creación de un guión, será el temporal y éste a su vez estará ligado a su público y a sus formatos.

### 2.2.2 Funciones en la radio comercial y comunitaria.

Existen tipos de guión que analizaremos en el siguiente punto donde se podrá precisar cual usar de acuerdo a las necesidades de cada programa. No obstante, la función principal del guión como documento será *estructurar los contenidos del futuro programa de radio, ordenándolos, en un tiempo determinado y para un fin particular*. Por tanto, el objetivo de cada programa será la base de las funciones de un guión independientemente de su tipología.

Como hemos planteado anteriormente, la radio puede manejar diversos contenidos, pero sobre todo puede estar financiada por diversas fuentes.<sup>31</sup> Entre la principal diferencia en esta clasificación estarán los programas radiales de emisoras comerciales o privadas, las públicas y las comunitarias.

En el primer caso, la creación del guión dependerá exclusivamente de las necesidades que imponga la producción y esto irá a la par de la línea editorial de la emisora en cuestión. Es decir, se guiará por los objetivos de la emisora: qué busca vender y a quiénes quiere llegar. Esto marcará la pauta con la cual se trabajará el guión. El equipo de producción buscará los insumos necesarios para cubrir las demandas de ese guión y finalmente el documento será escrito por el guionista o comunicador encargado.

Hay que considerar que la radio comercial o privada maneja principalmente contenidos informativos y musicales. En el caso de los primeros necesitará una pauta más detallada en función de lo que se quiera transmitir durante el programa. En el caso del segundo, sobre todo se requerirá de un guión que organice el tiempo en función de la duración de los temas musicales a

---

<sup>31</sup> Revisar el capítulo 2 acápite 1 punto 3 "Tipología y funciones de la radio"

transmitir y que necesite el locutor para comentarla. En ambos casos cumple con las funciones de *orden* y *tiempo* a merced del objetivo del programa, emisora o línea editorial.

Sin embargo, en el caso de una radio comunitaria, a diferencia de una radio comercial, que también tendrá por ejemplo, espacios informativos, musicales, o educativos, ninguno de éstos se determinará como ya lo hemos comentado en el acápite anterior, por quienes financien la radio o quienes auspicien los programas necesariamente.

En la radio comunitaria existirá más libertad de contenidos en ese sentido y por lo tanto deberán ser tratados con mucha responsabilidad por lo variados que puedan ser. Hay que tener en cuenta sin embargo, que los objetivos finales de una radio comunitaria serán siempre en beneficio de la comunidad que las aloja y es en ese sentido que el guión debiera ser creado.

El guión aquí es importantísimo puesto que los programas en este tipo de radio suelen manejar temas específicos y seleccionados –salud, nutrición, educación, ciudadanía, medio ambiente, derechos humanos, economía, sociedad, cultura, etc.–. Quienes comuniquen sobre estos temas deberán estar muy bien informados para poder transmitirlos adecuadamente al público. La investigación previa en la elaboración de los contenidos deberá ser muy cuidadosa puesto que lo que buscan estas radios, es llegar a su comunidad y cumplir con sus propios objetivos. Éstos pueden ser tan variados como radios comunitarias existen.

La función del guión en este tipo de radios también será la de ordenar a través del tiempo los contenidos condensados en el mensaje radial. No obstante vale destacar que los fines de una radio comunitaria per se, están más allá del beneficio y la rentabilidad económica de los dueños de la emisora.

Por tanto, será muy importante destacar el objetivo de la radio por un lado y el objetivo particular del programa, a razón de ser como un objetivo social que busca beneficiar a una comunidad o población que tenga alguna necesidad de información que satisfacer. Este objetivo se antepone al económico con fines de lucro pues pretende antes que nada el desarrollo y crecimiento de sus públicos objetivos antes que su rentabilidad.

El sentido y los fines que tienen las radios comunitarias, lo veremos con mayor detalle en el siguiente capítulo cuando especifiquemos el marco contextual que nos acontece a propósito del programa *Agüita pa' vivir*.

### 2.2.3 Características y tipología del guión radial

Ya hemos mencionado que el guión de radio tiene como característica principal ordenar la información necesaria para elaborar en el tiempo un producto radiofónico. Será un esquema detallado y preciso a modo de guía donde estarán indicados los textos hablados, así como la música y los efectos sonoros (Kaplún 1999). Sin embargo, además de ser preciso, no debe perder flexibilidad al momento de ser interpretado por quienes locutan y transmiten el mensaje radiofónico y aporten, con su propio estilo, al buen entendimiento de éste. Debe por tanto, ser escrito por alguien que esté familiarizado con el proceso de realización y de producción radiofónica así como con sus públicos.

Un guión debe tener en cuenta y considerar los conceptos que ya hemos definido en el acápite anterior y que formar parte del proceso de comunicación radial:

- La radio y sus características como medio de comunicación
- La forma de transmisión de los mensaje radiofónicos
- Los elementos del lenguaje radiofónico y su uso adecuado

- Los tipos de programas de radio según sus contenidos y sus formas de transmisión

De los tipos de guión más conocidos y utilizados en la radio se encuentran el *guión literario* y el *guión técnico* ambos influenciados del medio cinematográfico. El primero, está basado fundamentalmente en los diálogos o textos que dirán los locutores. Algunas veces incluyen indicaciones o acotaciones de entonación o actitud, lo que marca el estilo de los mismos (Pousa y Yaguana 2013). Puede hacerse en una misma columna donde los diálogos estén uno debajo de otro indicando quien dice que texto, o en dos, donde se especifiquen quien dice que texto digamos a la izquierda y cual es el texto en cuestión a la derecha (Muñoz y Gil 1994) digamos así:

Locutor 1: (entusiasmado)	¡A continuación, nuestro programa dedicado a quienes aman a sus mascotas!
Locutor 2: y explicativo)	El único espacio radial de la ciudad donde te (sereno decimos cómo entender mejor a tu engreído, como educarlo, premiarlo y corregirlo cuando es debido.
Locutor 1: (convinciente)	¡Y también donde podrás concursar y ganarte muchos premios demostrando cuanto las conoces! <sup>32</sup>

El segundo, por el contrario “se caracteriza por destacar exclusivamente las órdenes técnicas, careciendo del texto que van a leer los locutores” (Pousa y Yaguana 2013:105). También es conocido como pauta (Holgado 2013). Es la planificación detallada que se le dará al equipo técnico del programa – productor, ingenieros o técnicos de sonido, etc.– y que será específico en el tiempo exacto en el que se escucharán los elementos del lenguaje radiofónico.

<sup>32</sup> Ejemplo propuesto por la autora de esta tesis

Esto con el fin de que tengan todo claro y previsto para la emisión o grabación del programa radiofónico y éste se desarrolle con éxito (Muñoz y Gil 1994). Suele considerarse una tabla o recuadro para su mejor entendimiento y dividen las acciones en tiempo, labor del equipo de técnico y de los locutores diferenciada en columnas o con tipos de letras, así como algunos detalles usados del lenguaje radiofónico (ver cuadro 10):

Cuadro 10. Modelo de guión técnico

<b>Tiempo/ Hora</b>	<b>Controles</b>	<b>Locutores</b>
0 – 1'	<b>CARETA</b> DE PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA	
1' – 5'	<b>CORTINA</b> MUSICAL DE FONDO EN SEGUNDO PLANO	Loc 1. Presenta programa Loc 2. Explica el tema del día
5' – 8'	<b>CUÑA</b> DE SINTONÍA. CANCIÓN "HUELLITAS"	
8' - 14'	<b>CORTINA</b> MUSICAL DE FONDO EN SEGUNDO PLANO	Loc 1. Presenta invitado Invitado. Saluda y responde preguntas
14'-15	<b>CORTINA</b> MUSICAL DE FONDO PARA FIN DE PROGRAMA EN SEGUNDO PLANO	Loc 2. Agradece invitado y despide el programa.

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura anterior, es importante que el guión técnico maneje los tiempos adecuados sobre todo en los cambios de secuencias. Este documento además maneja ciertos términos característicos del lenguaje especializado conocido como la 'jerga' radial y que sirven para etiquetar determinadas acciones o identificar ciertos productos previamente grabados.

De entre estos términos resaltados en azul (ver cuadro 10) destacan por ejemplo:

- La *careta*, o máscara de inicio de cada programa. Suele ser una grabación breve donde un locutor presenta el programa –pudiendo ser el mismo de la transmisión u otro– generalmente acompañado de una música característica.
- La *cortina*, o fondo musical. Sirve para acompañar por ejemplo un diálogo entre locutores, en un nivel más bajo que las voces de estos últimos para evitar enmascaramientos. Suele tener alguna característica que ayude a la narración del programa, pudiendo ser sólo instrumental por ejemplo, sobre todo si se trata de un programa de radio informativo o de mucha conversación.
- La *cuña*, es una palabra o frase breve que identifica el programa o la emisora radial, a modo de recordatorio para el oyente. También suele estar grabada aunque en ocasiones se dice en vivo en el momento de la transmisión. Incluye el nombre del programa o el nombre de la emisora radial y algún eslogan o frase descriptiva breve que los caracterice y sea de fácil recordación para el público.

También hay un término similar al guión y que sirve mucho a la realización sonora, como lo indica Holgado, sobre todo de los radiodramas: los libretos (2013) y de los cuales hablaremos más en el último punto de este capítulo.

#### 2.2.4 ¿Cómo y para quiénes se elabora un guión radial?

El guionista será el encargado de la redacción de este documento según las necesidades propias de cada programa. Muñoz y Gil afirman (1994) que no existe una fórmula exacta para presentar un guión como base de un programa radiofónico. En la radio, el equipo de realización de un programa estará

conformado por el productor o responsable, el director, los ingenieros o técnicos de sonido y los conductores –locutores o actores–. Para todos ellos el guión tendrá el mismo objetivo: servir de guía escrita para la interacción que tendrá cada uno durante la elaboración del producto sonoro o programa radial.

Como se comentó en puntos anteriores, además de tener un fin en sí mismo, el guión tiene un objetivo para el público para el que se dirige el producto, y es que un guionista debe escribir el guión pensando siempre en éste como el eje principal, en este caso en el gran público al que por supuesto hay que satisfacer.

Por tanto, al iniciar la elaboración del guión, se debe partir del hecho de que el público oyente tiene un ritmo particular de captación del mensaje que busca transmitir el guión radial. Si se parte del hecho de que el programa de radio va a satisfacer una necesidad de información, de entretenimiento o de educación para con sus oyentes, entonces quiere decir que el guión debe considerar que este público carece aún de una conciencia total del problema a tratar, de una reflexión crítica al respecto de un conocimiento apropiado del tema (Kaplún 1999).

Es así que la *empatía* que maneje el guionista al redactar el guión para con su público es muy importante. El nivel de conocimiento e identificación que debe tener éste profesional para con su público es fundamental para que el guión sea un documento efectivo y útil al momento de crear el producto radiofónico. La capacidad del guionista de ponerse en el lugar del oyente para el cual escribe su programa, garantizará que el mensaje sea comprendido y asimilado de la mejor manera. De aquí se pueden desprender algunos pasos importantes, que también describe Kaplún y que condense en estos 3, para elaborar un buen guión de radio (1999):

- ✓ La *investigación* previa, la selección del material que nos servirá de insumos para la elaboración de nuestro guión. Esta documentación puede ser de libros, archivos escritos, charlas, entrevistas o cualquier otro medio que nos brinde información sobre el tema a transmitir. Esto va, desde el conocimiento a profundidad de un personaje público a ser entrevistado en un programa informativo, la banda de música de la cual tratará el programa musical, o la situación medio ambiental de una comunidad en un programa educativo sobre desarrollo sostenible. Además servirán otros productos de comunicación –de televisión, de radio, de prensa, de la web, etc.– como antecedentes y que sean referentes iniciales para la creación del nuevo programa. Es recomendable también conocer directa y personalmente al futuro público, conversar con ellos, conocer sus demandas para poder ofrecerles lo apropiado. Es como un estudio de mercado previo para mejor conocimiento del oyente así como se haría en cualquier producto que desee llegar a un público determinado.

Todos estos insumos se seleccionarán, se identificarán los momentos claves y más importantes para el guión en cuestión, considerando lo más relevante y esencial para el mensaje radial a transmitir. Esta selección estará estrechamente vinculada a los objetivos que tenga el programa, según sus contenidos y directivas de producción. Estos debieran ser un requisito indispensable para este paso y el guionista tendrá el deber de exigirlos claros y concisos antes de si quiera plantear el inicio de esta etapa. De aquí se desprenderá un esquema o estructura iniciales, básicamente para crear un orden y fluidez en la redacción, que es el siguiente paso.

- ✓ La *redacción* del guión, como hemos explicado al inicio de este capítulo, estará pensada en ser leída para ser escuchada. Por tanto, deberá tener un estilo propio, coloquial, en la medida que sea sencilla de entender, pensando siempre en quienes escucharán el producto. Kaplún precisa



aquí pensar en comunicar un mensaje radial a transmitirse “no como [en] una plaza pública o un enorme estadio, sino como [en] un ámbito pequeño e íntimo”. (1999:280). Recordando que el oyente suele escuchar la radio en ambientes privados, íntimos, o no siempre en compañía y que la redacción del mismo es recomendable que esté en primera persona y dirigido en singular. En este paso por tanto, el uso adecuado del lenguaje radiofónico será fundamental. Cada uno de los elementos deberá ser utilizado en la medida y cantidades necesarias, sin exagerar y sin sentir su ausencia. Tanto la palabra hablada, como los efectos, la música y los silencios tendrán una razón de ser y serán usados adecuadamente.

Hay que considerar que un guión, como lo hemos comentado, tiene dos potenciales oyentes/lectores: el equipo de producción radial y el público al que va dirigido el programa. Para lo primeros, es importantísimo que por ejemplo, el uso de los signos de puntuación, que sean correctos y acordes a lo narrado. Para los segundos, La naturalidad del mensaje, auténtico y verosímil le dará credibilidad al guión al momento de ser leído/escuchado.

- ✓ El *ensayo*, o la primera lectura puede darnos una mirada más crítica sobre todo si la realizan los mismos locutores en quienes se pensó serían los indicados en leer el documento. Aquí es donde podremos comprobar que aquellos objetivos planteados para el programa de radio se han cumplido a cabalidad o aún se encuentran flojos en el mensaje a transmitir. Será importante en este ensayo precisar con los locutores el estilo planteado en la misma redacción que a su vez se verá enriquecido totalmente con la onda propia de cada uno de ellos. Es sabido que una misma frase puede interpretarse de muchas maneras dependiendo de cómo sea leída, de la entonación que se le dé, de las pausas, las palabras resaltadas o disminuídas, que a su vez destacarán o restarán importancia a determinadas ideas o conceptos.

El ensayo también servirá para que todo el equipo de producción involucrado en el programa de radio se organice adecuadamente y sepa en que momento hacer o decir determinada acción: cuando se colocará una canción o efecto de sonido, cuando se dará pase a un locutor u otro, cuando pasaremos a comerciales, o terminará el programa. Finalmente, el uso adecuado del tiempo estipulado para el programa en cuestión, permitirá hacer los cálculos correctos de los minutos y segundos exactos en los que debe durar cada texto, indicación y cualquier detalle del guión.

Finalmente, es importante a considerar en la lectura del guión, que siempre se debe fomentar la participación del público, mas si nos concentramos en radio de tipo comunitaria. Donde la constante intervención del público cumple un rol fundamental en el desarrollo de los contenidos. Estos momentos del público deben ser considerados en la creación de guiones radiales brindando ese espacio que necesitan los oyentes para verse reflejados y escuchados.

Es por ello que al margen de los formatos y como indica Rincón “la radio debe ser o parecer que es ‘en vivo’ ” (2006:162), debe hacer todo lo posible para que aún siendo grabado, el programa parezca y haga sentir esa familiaridad y cercanía que caracterizan a la radio.

#### 2.2.5 La recreación de la realidad: los radiodramas o formatos de ficción

Las dramatizaciones de historias de ficción contadas a través de la radio tienen una especial cabida en el público oyente pues permite fácilmente la identificación de sus historias con ellos mismos. Esta forma de narrar y expresarse en radio son los llamados ‘radiodramas’.

Uno de los más conocidos en la historia de la radio y de los primeros también, fue aquella versión de Orson Welles sobre la novela “La guerra de los mundos”

(1897) de Herbert George Welles (Muñoz y Gil 1994). Este conocido actor y director de cine, a través de la cadena norteamericana de radiodifusión CBS en 1938, dirigía y encarnaba a uno de los actores que dramatizaron la llegada de los marcianos al planeta Tierra de modo tan real que causó el pánico en los oyentes de entonces.

Orson Welles recreó la novela en un guión de radio y a modo de ficción, logró impactar en el público estadounidense de entonces. Fue una adaptación tan verosímil que los oyentes realmente creyeron que lo que contaba Welles estaba sucediendo. Esto comprueba el nivel de poder que tenía desde entonces el medio radial y en especial los radiodramas como formato para contar historias, que impacten en sus oyentes y que genere empatía.

Sobre el concepto de 'ficción' es importante dejar en claro que se trata de una "plasmación –a través de un medio artístico básicamente narrativo- de un mundo coherente que reproduce la realidad o una aproximación imaginaria de la realidad conocida y dentro de la cual se cuenta una historia" (Tamayo 1996:13).

Vale decir que se trata de una imitación, representación, o re interpretación de una realidad que es tomada como referencia para crear otra, estructurada específicamente para un público oyente o espectador.

Al crear libretos o guiones de radiodramas como menciona Holgado, (2013) muchas veces suelen crearse adaptaciones de historias ya escritas, o hechas en algún otro formato como la radio o la literatura como lo mencionamos en párrafos anteriores. Estas adaptaciones lo que buscan es "eliminar párrafos oscuros, largas descripciones que traban el desarrollo de las acciones... pero también crear personas o escenas que traduzcan en diálogos y acción los pasajes que carezcan de ellos." (Haye 2003:206)

El maestro Kaplún citando a los educadores resume así el poder de los radiodramas: "no hay modo más eficiente de hacer uso de la sugestión del

medio radiofónico que la producción de un drama... el diálogo es siempre más atractivo que el discurso, porque no dice las cosas directamente sino que las sugiere... activa la fantasía y la inteligencia de los oyentes... constituye una auténtica forma de comunicación.” (1999:76)

En el guión de radiodramas o libretos se desarrollan historias concretas, con personajes definidos y encarnados usualmente por actores. Suelen ser muy dinámicos y basados sobre todo en el diálogo. Son prácticos para presentar conflictos a los oyentes que les motiven a una reflexión crítica sobre los mismos (Kaplún 1999).

Por tanto sirven mucho para contar historias que lleven a la reflexión, a la sensibilización y a la toma de conciencia de quienes los oyen, lo cual es muy recomendado al momento de elaborar, por ejemplo, contenidos educativos en radio. “El radiodrama puede contener y transmitir cierta dosis de información, pero tiene que tener sustancia humana, emoción.” (Kaplún 1999:359)

Uno de los objetivos del radiodrama basado en su categoría de formato de ficción, es lograr la verosimilitud del relato. Decía Tamayo que aquello que nos parezca real, será verosímil (2006) y que esta será una cualidad de la ficción con el fin de hacer creer al público que aquella ilusión temporal que escucha o ve, es verdad. Esto se logrará al margen del tema tratado, de los personajes y de la trama en sí como elementos básicos de un guión convencional.

Para esta tesis, es importante conocer las bases del formato de ficción en radio, pues el radiodrama será también, uno de los recursos utilizados en el desarrollo de los guiones creados para el programa Agüita pa’ vivir que pasaremos a analizar en el capítulo cuatro.

## 2.3 La radio comunitaria y su contribución como espacio de desarrollo

*“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses;  
cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor  
y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente;  
cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana;  
cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones;  
cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil;  
cuando la mujer protagoniza la comunicación  
y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario;  
cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras;  
cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras,  
ésa es una radio comunitaria.”<sup>33</sup>*

José Ignacio López Vigil (2005)

### 3.1.1 La radio comunitaria en el mundo: definición y antecedentes

En el capítulo anterior desarrollamos la idea de la función de la radio. *¿Para qué sirve la radio?* Pues en resumen, para muchos objetivos según sus públicos y contenidos. La radio entonces, tiene un poder persuasivo y tiene múltiples funciones y características, como la inmediatez y la popularidad, que le permiten sensibilizar y producir inclusive cambios de actitud en sus oyentes. Estos cambios, éstas motivaciones, son las que deberían ser creadas en beneficio de la comunidad y del desarrollo de la misma (Kaplún 1999).

Así nace la radio servicio por ejemplo como la denominan Muñoz y Gil que cumple una función importante dentro de una comunidad determinada como dar avisos de ayuda o emergencia, información meteorológica, cartelera, resultados de lotería, consejos para las amas de casa y hasta dar la hora. Éstos serán programas que “brinden una utilidad inmediata, práctica y no necesariamente intelectual a los oyentes” (Muñoz y Gil 1994:193).

<sup>33</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. En "Manual urgente para Radialistas Apasionados". Ecuador: [www.radialistas.net](http://www.radialistas.net), 2005, pp. 331-332

La radio popular, alternativa, asociativa, participativa, también parten de este significado como lo mencionamos anteriormente. Éstas adoptan un terminología en común que finalmente concluye en homogenizarlas a todas como “comunitarias”, “asegurándose con ello un reconocimiento institucional y, por ende, las bondades del Estado” (Senecal 1986: 101). Todas mantienen un carácter común, que ofrecerán una alternativa diferente de mensajes a los que los medios de comunicación clásicos están acostumbrados a transmitir.

En este sentido, el término “comunitario” vinculado a los medios se relaciona entonces a lo local, a lo no tan público, contrario a los medios masivos de comunicación tradicionales. Como bien lo explica Chaparro, los medios comunitarios “son medios contruidos desde una concepción horizontal en los que un equipo humano coordinador y la comunidad misma establecen las pautas de funcionamiento... procurando la articulación social y el desarrollo humano” (2004:293-294). *La radio comunitaria por tanto, es aquella que viene de la comunidad y va para la comunidad.*

Al buscar referencias bibliográficas sobre la radio comunitaria encontramos su antiquísima trayectoria en la historia de la comunicación masiva sobre todo en Latinoamérica<sup>34</sup>. Una sociedad socio, étnica y culturalmente diversa desde su formación republicana y la aparición de la democracia en la teoría. Una sociedad que ha buscado y sigue buscando la igualdad entre sus ciudadanos, el respeto a sus derechos y mejores condiciones de vida. En ese contexto, conocidos son los casos de Radio Sutatenza (1947) en Colombia y la Radio Minera en Bolivia (1944), dos claros ejemplos de cómo el medio radial se utilizó para unos fines distintos a los conocidos comercialmente.

---

<sup>34</sup> Para mayor información revisar las numerosas publicaciones de ALFARO MORENO, Rosa María, así como los textos especializados de CHAPARRO ESCUDERO, Manuel y KROHLING PERUZZO, Cecilia. Para detalles de la radio comunitaria en Perú, se sugieren los textos publicados de RIVADENYERA, Carlos, ACEVEDO, Jorge

El primero liderado por el sacerdote Joaquín Salcedo, quien siguiendo modelos canadienses de foros agrícolas crea la idea de la radio escuela. Donde con un viejo transmisor y unos cuantos receptores repartidos a los campesinos vecinos de la región serrana de Sutatenza, logra difundir anuncios vinculados a la parroquia a su cargo, fomentar la oración y de pasada, iniciar un proceso de alfabetización entre sus oyentes. La idea del sacerdote era proveer de la enseñanza básica de la lectura a los hogares que no tenían la posibilidad si quiera de acceder a una escuela básica, todo en miras de librarse de la pobreza y la miseria que los rodeaba.

En Bolivia en cambio, los sindicatos mineros organizados buscaba un sostén defensor de los derechos de los trabajadores de las minas, pues aunque éstos “constituyen sólo el 9% de la población, poseen un gran poder político y económico, ya que producen más de las dos terceras partes de las exportaciones de dicho país” (Lewis y Booth 1992:232). En ambos casos, el papel de la radio comunitaria contribuye en la creación de opinión pública, de sentido de ciudadanía, de democratización de la palabra y por lo tanto de difusión de los derechos y deberes como individuos dentro de una sociedad.

Casos similares se dieron en Latinoamérica en países como Haití con la emisora católica Radio Soleil y sus luchas contra la dictadura del presidente Duvalier en los ochentas; o en El Salvador con Radio Venceremos, emisora del Frente Farabundo Martí Militar de Liberación Nacional (FMLN) emitiendo primero de manera clandestina a favor de dicho grupo, quien años más tarde fueran gobierno en dicho país.

Pero también en Europa, donde la democracia ya existía mucho antes, diversos colectivos organizados buscaron hacia fines de los años 60s y durante los convulsionados 70s, alternativas a las leyes estatales de radiodifusión de sus países. Éstos veían muy limitada la trasmisión de mensajes radiales basados en los poderes de algunas empresas y del propio Estado, que además formaban monopolios detrás del acceso al espectro radioeléctrico. De este período son

las conocidas radios piratas en Gran Bretaña, que desde barcos en medio del océano, y fuera del alcance de los límites legales, emitían clandestinamente aquello que las grandes compañías radiodifusoras de entonces, como la ya conocida desde 1922, la British Broadcasting Corporation (BBC), se negaba a transmitir: rock and roll.

El criterio de manejar los contenidos de los mensajes radiales desde el mismo público que los demandaba, pasó a ser replicado en países como Dinamarca, Italia y Francia. Todas ellas vinculados a grupos progresistas que buscaban espacios alternativos de comunicación con un nuevo modelo de producción, más igualitario, más accesible que solían autodenominarse radios libres.

Chaparro explica que precisamente gracias a esta lucha constante de un colectivo vinculado a una ideología de izquierda es que finalmente la radio comercial europea se regulariza y se legaliza viéndose profundamente favorecida, en un marco donde el objetivo sea buscar “un equilibrio entre la rentabilidad económica y el servicio público” (2004:296). Esto finalmente no logra lo ideal para aquellas radio nacidas en el ámbito comunitario, libre y pirata, que finalmente a falta de alternativas de financiamiento pierden presencia en esa región.

Contrario a esto en España, donde la existencia de radios comunitarias también nacidas con esta intención de ser alternativas a los grandes medios masivos, maneja dos tipos de radios comunitarias. Las que ellos llaman asociativas, que son de financiamiento privado y las públicas. Éstas últimas básicamente amparadas en el sustento económico de los municipios o ayuntamientos que les dan cierta garantía para su funcionamiento, muy a pesar de tener a una mayoría de éstas radios sin ningún amparo legal.



Con este panorama mundial, se crea en 1983 en Montreal, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC<sup>35</sup>), donde unas 600 emisoras de radio se reúnen entonces con el fin de organizarse formalmente como un movimiento internacional. AMARC busca la “democratización del espectro radioeléctrico [...] incidiendo en el desarrollo de un marco legislativo en los países y en los organismos internacionales” (Lewis y Booth 1992:302). Tienen representación en los cinco continentes y celebran asambleas mundiales en diversos países, teniendo como objetivo “apoyar y contribuir al desarrollo de la radio comunitaria y participativa de acuerdo con los principios de solidaridad y la cooperación internacional”.<sup>36</sup> AMARC también, forma parte del G-8,<sup>37</sup> la comunidad latinoamericana como una alternativa a las grandes cadenas y monopolios radiofónicos comerciales que incluye otras redes como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER<sup>38</sup>) o la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS<sup>39</sup>).

Como lo afirman Muñoz y Gil (2004), la radio será comunitaria, por su acceso en cuanto a costos, por su inmediatez en la recepción del mensaje y por sus posibilidades de escucha inclusive en los rincones más alejados de la tecnología y las ciudades. Siendo estas las características principales de este tipo de radio y que pasaremos a detallar a continuación.

### 3.1.2 Características de la radio comunitaria: Ejes de desarrollo

*“[La radio comunitaria] transmite una programación de interés social vinculada a la realidad local, no tiene fines lucrativos, contribuye a ampliar la ciudadanía, a democratizar la información, a mejorar la educación informal y el nivel cultural de los receptores*

<sup>35</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.amarc.org>

<sup>36</sup> En visita hecha a la web <http://www.amarc.org> en Octubre 2011

<sup>37</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.g8.co.uk/members-of-the-g8/>

<sup>38</sup> Para mayor información visitar la web <http://aler.org/index.php?lang=es>

<sup>39</sup> Para mayor información visitar la web <http://felafacs.org/felafacs/quienes-somos/>

*sobre temas directamente relacionados con sus vidas.”<sup>40</sup>*

Cicilia Krohling (2006)

La radio comunitaria como lo hemos planteado, aparece en distintos contextos socioeconómicos, políticos y culturales. Sin embargo, a pesar de sus diferencias mantienen todas algunas características comunes que hemos resumido en función de tres ejes que resumen 3 ideas fundamentales acerca de éstas (Senecal 1986):

- ✓ Un medio comunitario será reflejo de lo que ocurre en una comunidad de ciudadanos y que se identifican entre sí pues están vinculados por temas afines - eje histórico-social -.
- ✓ Usualmente será una radio con costes más bajos en su producción y logística, en la medida que su público son los mismos productores de contenidos - eje económico -.
- ✓ Esto permite una oportunidad de acceso a un medio de comunicación, a ciudadanos de a pie que, probablemente no puedan acceder a los medios tradicionales - eje educativo - .

Pasemos a detallar cada uno:

*a. Eje histórico - social (contexto y participación ciudadana):*

Partiendo de la frase *la radio comunitaria es aquella que viene de la comunidad y va para la comunidad*, este tipo de radio está orientada a satisfacer a la comunidad y a sus necesidades particulares, como lo hemos visto en diversos contextos tanto en América Latina, Europa así como en África y Norte América. Han

<sup>40</sup> KROHLING PERUZZO, CICILIA “Radio y ciudadanía”. En Revista Contratexto N° 14 “Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social”. Perú: Fondo editorial Universidad de Lima, 2006 , pp. 1

sido un modelo diferente al de los medios masivos de comunicación tradicionales, tanto públicos como privados, comercialmente hablando. Así por ejemplo se dice:

“Éstas emisoras [...] [las radios comunitarias] [...] aportan un servicio a las comunidades en las que se asientan para construir ciudadanía y una cultura de vida más cercana a las necesidades reales del progreso humano [...] son las mismas comunidades, compactadas por sus intereses comunes –idiomáticos, étnicos, de marginalidad, de territorio, o por cualquier otro hecho diferencial–, las que ven en la radio, el medio más directo para activar y dar respuesta a sus intereses.” (Chaparro 2004: 293).

Es decir, el medio radial, pasa a tener la función de permitir el acceso a sus oyentes: a cuestionar, reflexionar, sensibilizarse y proponer alternativas a sus problemas comunes. Pudiendo ser éstos de diversa índole, y dependiendo claro está, de un motor que impulse esta necesidad de organizarse asociativamente y en comunidad. Éstos impulsos, estos contextos, pueden ser determinados por las características propias de dicha comunidad, como por ejemplo que compartan alguna ideología o que busquen alcanzar un objetivo en particular.

Usualmente existe una motivación o un problema que requiera solución: por ejemplo, lograr la alfabetización de una comunidad, ofrecer información vetada o prohibida por ciertos grupos de poder, compartir experiencias personales que sirvan para el desarrollo de la comunidad, acceder a una oferta cultural diversa y no limitada, etc.

Cabe destacar que muchas veces estas comunidades son marginadas, o tienen grandes limitaciones, económicas, sociales, y hasta geográficas lo que limita su acceso a los medios de comunicación masiva. Por lo que, este tipo de radio se convierte

no sólo en una alternativa, sino en la única opción que tienen los ciudadanos de sentirse escuchados, de que sus problemas sean compartidos por otros y que existan posibilidades de solucionarlos. Como hemos mencionado anteriormente, parte del éxito de la radio con sus oyentes, en general, es que se sienten partícipes del diálogo e interactúan con los que transmiten los mensajes radiofónicos.

Como lo explica la investigadora Rosalía Winocur (2002), esta participación se vuelve un mecanismo de inclusión de las diversas voces de la sociedad en el escenario público y político inclusive. Usualmente en la radio comercial, se ve reflejado en sondeos o encuestas de opinión o en la aparición de ciertos personajes representantes de grupos o comunidades organizadas. La participación puede ser de diversas formas, desde el envío de cartas por correo postal, las llamadas telefónicas, y en el caso de ser posible, el uso de los medios digitales como el correo electrónico y las redes sociales.

En las radios comunitarias se tendrá una participación constante de todos sus miembros o de quienes la representen, expondrán en principio, libremente su opinión y lograrán en el mejor de los casos, contribuir en la resolución de los problemas por lo cuales dicha asociación o radio existe. Así será que la participación de dichos miembros, estará vinculada directamente a “los niveles de producción, la toma de decisiones y la planificación” (Lewis y Booth 1992:241).

Es por ello estas radios “siempre son vistas como un factor de desarrollo social y, a veces, reciben apoyo de los gobiernos locales por intermedio de programas específicos, de

organizaciones no-gubernamentales, de iglesias, de universidades” (Krohling 2006: 204).

A continuación veremos el siguiente eje en el que se desarrollan las radios comunitarias, sobre sus fuentes de financiamiento a propósito de esta afirmación.

*b. Eje económico (gestión participativa y fuentes de financiamiento):*

Sobre este eje, Manuel Chaparro (2004:304) afirma que la gestión dentro de una radio comunitaria se define por la construcción de una identidad colectiva y en base a la estructuración de los contenidos de la emisora. La comunidad promotora del medio comunitario, tendrá los objetivos de la misma tan claros como sus intereses colectivos motivan sus producciones. Sobre estas bases, existe un criterio de horizontalidad a modo de cooperativa, determinada como “una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada”<sup>41</sup>. Aquí todos serán los responsables de llevar a cabo el proyecto en miras de lograr sus objetivos a futuro.

Las radios comunitarias son definidas principalmente por su afán de no lucro sino más bien de servicio a la comunidad como lo explica López Vigil. Éstas no están basadas en la lógica del dinero como un negocio ni de la propaganda como en el caso de

<sup>41</sup> En visita hecha a la web <http://www.aciamericas.coop/Principios-y-Valores-Cooperativos-4456> en Marzo 2015

las radios privadas o inclusive las públicas o estatales. “Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva –y por ello, el nombre– de construir comunidad.” (1997:332).

Serán por tanto las mismas comunidades las que financien con sus propios medios la producción radiofónica de sus estaciones. Ahora bien, esto no quiere decir que necesariamente los ciudadanos, miembros de la comunidad, tengan que colocar cuotas mensuales para solventar los gastos. Efectivamente algunas lo lograrán de esa manera otras buscarán otros medios. Puesto que “no tener fines de lucro no significa prohibición de generar recursos. Significa no estar motivados por intereses financieros y que los recursos sean revertidos a la operacionalización del propio vehículo de comunicación y no para el lucro particular.” (Krohling 2006:207). Es decir, auspiciadores, promotores, socios, son bienvenidos en estas radios siempre y cuando los objetivos de la misma no se tergiversen.

En ese sentido, por ejemplo en el caso peruano como lo hemos visto, son a veces algunas instituciones que están detrás del financiamiento de las radios comunitarias, a modo de proyectos de comunicación que les sirven de alguna manera también para lograr sus propios objetivos.

Aquí existe una línea muy delgada entre lo que busca la institución detrás, como una asociación, una iglesia, o un partido político, y lo que buscan sus miembros, que pueden ser similares o dispares. Dependerá mucho de cómo manejen la creación de

sus contenidos y que el uso del lenguaje radiofónico sea el apropiado en sus mensajes para su público objetivo. En ese sentido, aparece aquí la importancia de una estructura previa y ordenada para asegurar éxito en la transmisión de mensajes.

El equipo humano de una radio comunitaria además, no siempre va a ser personal con una retribución económica, también existe la figura de los voluntarios. Éstos apoyan por temporadas en la labor de la radio comunitaria. A veces por periodos cortos, o por horas durante la semana, se ocupan de los cargos operativos, como el control de la cabina de radio, la asistencia de producción a determinados programas, o la búsqueda de información externa al realizar, sondeos, encuestas o contactar a representantes de la comunidad. Esta labor muchas veces esto les sirve de experiencia para luego pasar a tener un empleo fijo y remunerado en algún otro medio de comunicación.

Otro tema no menos importante dentro de las fuentes de financiamiento de estas radios, es su vínculo entre sí a través de las redes internacionales. Éstas les permiten compartir contenidos lo que promueve un mayor alcance entre sus públicos por la oferta variada de productos radiales. Además que manejan objetivos comunes, están juntos en la lucha por la búsqueda de financiamiento, del reconocimiento legal en sus países y de su independencia discursiva (Chaparro 2004). En América Latina precisamente se encuentran la mayor cantidad de estas redes en el mundo, como hemos mencionado anteriormente, el caso del G-8.

Sus objetivos por tanto son comunes en todas: “promover el desarrollo, la educación, el asentamiento de la democracia, la regulación legal de las emisoras comunitarias, el fortalecimiento

de los proyectos de género, la investigación y la capacitación en nuevas tecnologías” (Chaparro 2004:309). Precisamente de estos objetivos es que se desprende otra de sus características, el eje educativo.

*c. Eje educativo (la educomunicación):*

La radio comunitaria como hemos indicado, basa sus intereses en lo que una comunidad requiere. Ésta, usualmente con poco acceso a los medios de comunicación tradicional busca alternativas en la comunicación que pueda, no sólo satisfacer sus necesidades como consumidores o audiencia radial sino como actores activos que promuevan el intercambio de conocimiento que quizás sea de muy difícil acceso por otros medios que no sean el radial.

Es así que la radio comunitaria maneja contenidos o promueve fines vinculados al aspecto educativo, muchas veces carente en una comunidad determinada. La radio se convierte en un ‘instrumento democrático’, facilitando la información a las poblaciones que menos acceso tienen a ésta. “Este instrumental implica, para autores como Mario Kaplún (1998) y Paulo Freire (1986), un proceso de liberación mediante la enseñanza de los medios y su empleo en la formación de las personas.” (Collado 2008:4).

La educación a través de un medio de comunicación comunitario como el radial, favorece la toma de conciencia de los miembros de una comunidad a propósito de un problema, o de una realidad en particular. Le genera nuevos espacios de relación e interacción entre sus miembros, lo que sin lugar a dudas promueve el desarrollo de éstas. Más adelante veremos como el



programa Agüita pa' vivir calza en esta tipología y como esta característica de la educomunicación tiene una razón de ser tan importante en beneficio de las poblaciones vulnerables.

Este eje en particular será el que desarrollemos en el siguiente acápite por tratarse de sumo interés para nuestra investigación.

### 3.1.3 Definiendo la Educomunicación

*"El desafío a que nos enfrentamos los comunicadores radiofónicos de América Latina, es el de realizar programas que tengan un contenido y un objetivo auténticamente educativos y que a la vez sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades."*<sup>42</sup>

Mario Kaplún (1999)

Es en 1979 en que la UNESCO señala el término educomunicación como oficial, admitiéndolo como parte de la educación popular de los pueblos y naciones que hacían uso de la comunicación, de sus lenguajes, y de los medios donde subsiste, en beneficio de la educación de sus públicos. La educomunicación es entendida a partir de aquí como "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas [...] su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación."<sup>43</sup>

Ya advertía McLuhan en 1974 y anticipándose a los hechos, que muchos de los contenidos educativos que una persona aprende, los percibe fuera de la

<sup>42</sup> KAPLÚN, MARIO. "La radio como instrumento de educación popular". En "Producción de programas de radio: el guión, la realización". Segunda edición. Quito-Ecuador: CIESPAL, 1999, pp. 21

<sup>43</sup> En visita hecha a Aire Comunicación - Asociación de Educomunicadores <http://www.airecomun.com/educomunicacion/que-es.html> en Marzo 2015

escuela y más precisamente de lo que los medios de comunicación masivos le transmiten. Es así que “la comunicación y la educación dejan de ser dos temáticas o dos instrumentos al uso y se convierten en mucho más, en dos dimensiones articuladoras de lo social” (Erro 2009:20).

La comunicación deja de ser sólo el medio, sobre el cual fluyen ideologías, demandas, necesidades, reflexiones de los ciudadanos y pasa a ser un actor necesario en la transmisión adecuada de estos mensajes. Pues es gracias a este medio y al lenguaje radiofónico adecuado, que permiten calar en el público generando cambios de actitud, y porque no, influyendo de manera directa en su forma de afrontar el mundo y sus problemas como ciudadanos responsables y educados.

En gran parte esta simbiosis de ambos conceptos, se deben precisamente a propósito del poder que tienen los medios masivos de comunicación y de su capacidad de influenciar en sus públicos. El tener un uso beneficioso para con los oyentes de una comunidad, contrario a lo que suele suceder en los medios tradicionales, promovedores de un pensamiento pasivo en su público poco reflexivo y que actúe en función de como quieren éstos que actuemos.

Es por ello que “la educación y la comunicación, tienen como principal meta lograr ciudadanos responsables y participativos, con capacidad crítica, creadores en común de soluciones de los problemas, que cuestionen la información que reciben, que informen, opinen, se procuren sus propias fuentes de información y que las comparen con la que genera el poder mediático”<sup>44</sup>.

La radio comunitaria basa sus fundamentos en priorizar sus objetivos sociales antes que los políticos o económicos, asegurando la comunicación como un derecho pues su gestión es dada de manera horizontal por los

---

<sup>44</sup> MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. En visita hecha a “Portal de la Educomunicación” <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm> en Marzo 2015

miembros de una comunidad. Éstos a su vez garantizan la democratización del acceso a la información y a los medios de comunicación, que no es otra cosa que el otrora derecho a la libertad de expresión. “La comunicación y la educación tienen por objeto ayudar a la persona a problematizar su realidad, tanto física como social. Se busca estimular la inteligencia del hombre. Es por esta razón que permiten ser un empuje para el desarrollo humano de sus comunidades, al tener participación activa de su sociedad civil, como promotora de la ciudadanía, por lo tanto con una función educativa.

La educomunicación es precisamente esto “un conjunto de acciones destinadas a integrar a las prácticas educativas el estudio sistemático de los sistemas de comunicación... y crear y fortalecer sistemas comunicativos en espacios educativos.” (Krohling 2006: 211). Ya lo decía Rosa María Alfaro (1996), los medios de comunicación al educar, no buscan dar recetas precisas sobre el conocimiento, lo que buscan es generar un sentido crítico y reflexivo en sus oyentes, que les permita interpretar, comparar, opinar con fundamento, hacerse oír y aprender a escuchar.

La educomunicación aparece en un contexto de cambios culturales, “que adquiere su pleno sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, pues son alternativamente emisores y receptores. La relación pedagógica se convierte en una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican entre sí y que, al hacerlo, construyen el hecho educativo, cuyo principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes”.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. En visita hecha a “Portal de la Educomunicación” <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm> en Marzo 2015

Y a propósito de los contenidos, en el primer capítulo se planteó el esquema básico de la comunicación radiofónica, basada en sus dos agentes más importantes: El emisor y el receptor, quienes en un medio o espacio determinado intercambian un código que ambos puedan conocer para que la comunicación sea fluida. También se precisó el proceso de comunicación radial con actores más precisos y acordes a este medio. Sin embargo, en sus inicios, los medios masivos de comunicación basaron su condición de agentes de comunicación, en ser sólo emisores o productores de contenidos más que receptores o públicos que puedan hacer fluir la comunicación en un ida y vuelta de mensajes (ver cuadro 11).

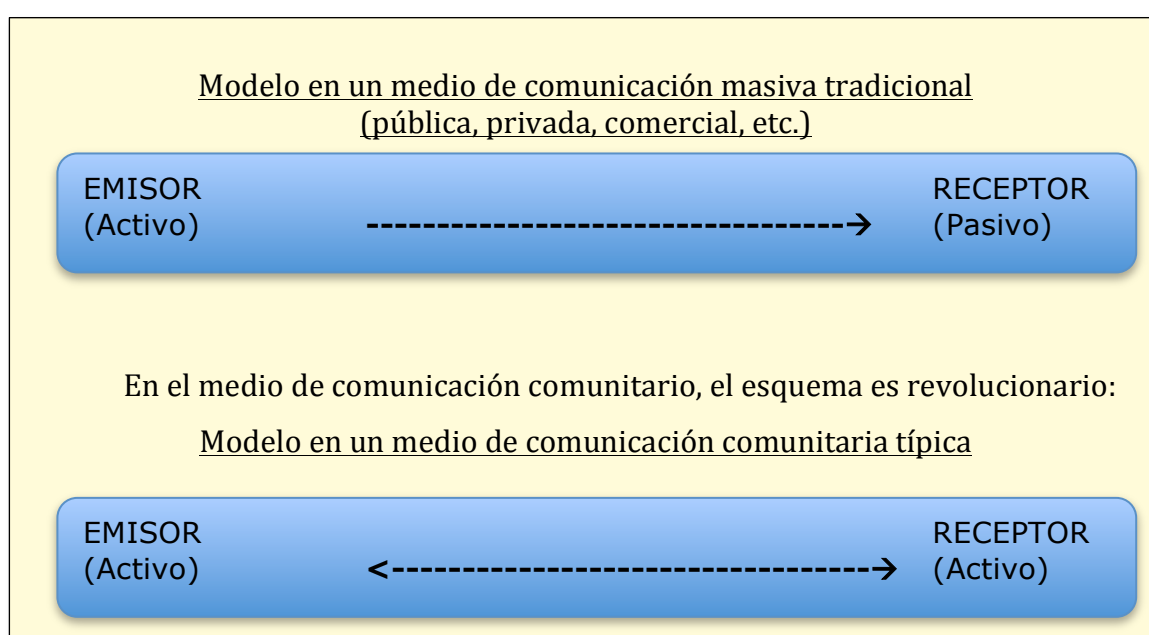
Y es precisamente esta manera de generar contenidos lo que caracteriza a las radios comunitarias. El fenómeno de la comunicación radiofónica se da aquí en más de un sentido, sobre todo en el caso de las que manejan contenidos educativos y requieren una retroalimentación de sus oyentes.

En este modelo se democratiza la información, es decir, se le permite al receptor el derecho a producir y no sólo a recibir sus mensajes. Se trata de un nivel de comunicación más horizontal y en donde ambos agentes se enriquecen mutuamente en el intercambio comunicacional de sus experiencias, lógicas, sentidos, etc. Se dice por eso que esta forma de comunicar: *Contribuye al desarrollo, amplía la democracia, defiende los DDHH, Protege la diversidad cultural* (López Vigil 1997). Puesto que el reto más importante de esta forma de transmitir mensajes y en este sentido es que el oyente aprenda a aprender, piense, que pase de ser un ser humano acrítico a uno crítico de su destino, que lo asuma, con valores (Kaplún 1999).

De aquí la *utilidad* que se le puede dar a la radio cuando promueve contenido educativo y en realidad, de cualquier medio de comunicación, al margen de que sea o no comunitario, que se aproveche del concepto de la educomunicación para lograr objetivos que repercutan positivamente en la

sociedad. Como lo dijera el maestro Kaplún “un programa de radio ya puede hacer mucho y constituirse en un elemento muy útil y muy válido de comunicación popular, si parte de la realidad social concreta del grupo humano al que se dirige, ayuda a ese grupo a tomar conciencia de esa realidad y se identifica en su acción educativa a los intereses sociales del grupo” (1999:35).

Cuadro 11. Modelo de comunicación en medios tradicionales y comunitarios



Diseño: Elaboración propia

Resumiendo entonces las características en común que tienen las radios comunitarias, a tratarse como principios, según Cecilia Krohling en su texto sobre Radios comunitarias, educomunicación y desarrollo social: Participación activa, democracia, carácter público –programación ciudadana–, autonomía, gestión colectiva y vínculo con la cultura local (2006:207).



### **CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL - EL CASO DE CHAMI RADIO**

En el presente capítulo y a propósito de la definición de educomunicación en el acápite final, trataremos puntualmente acerca del escenario local y el panorama de las radios comunitarias. Además de presentar el contexto alrededor del estudio de caso seleccionado, a decir de esto resaltamos la labor de la emisora radial Chami Radio 1140 y el propio programa de radio Agüita pa' Vivir.

De la primera nos focalizaremos en sus objetivos con institución y los contenidos que manejan desde su formación hasta la actualidad. Del segundo abarcaremos sus antecedentes, características y actores involucrados en el proceso de producción de dicho programa. Esto nos permitirá comprender la situación particular de este estudio de caso, así como alcances locales.

### 3.1 *Las radios comunitarias en el Perú con fines educativos*

*“La radio es el medio de comunicación  
más próximo a la población en nuestro país.  
Nueve de cada diez peruanos y peruanas tienen acceso a la radio.  
Hay más receptores de radio  
que aparatos de televisión en los hogares peruanos.”<sup>46</sup>*

Jorge Acevedo (2006)

Al analizar el papel de las radio comunitarias en este lado del mundo se puede afirmar que éstas tienen una función integradora y profundamente democrática, buscando la inclusión de los sectores menos privilegiados, éstas “cumplen en Latinoamérica un papel fundamental en la organización, articulación y protagonismo de la sociedad en la construcción de la democracia” (Chaparro 2004: 299). La Radio le da las herramientas a la población para desarrollarse por sí misma en todos los aspectos posibles, la empodera para contribuir en la democratización de los medios de comunicación, en este caso el medio radial.

En el Perú existen actualmente un total de 3993<sup>47</sup> emisoras locales según el último informe de CONCORTV. De éstas sólo una es oficialmente de índole comunitaria (ver cuadro 12). Lo que quiere decir que tiene licencia para emitir como tal. La estación se encuentra en el distrito de Ferreñafe en Lambayeque y le pertenece al Sr. Wilmer Sánchez Manayay nombre con el que está inscrita dicha estación <sup>48</sup>. Esto se confirma a propósito de la Ley N°28278 comentada en el capítulo anterior<sup>49</sup> donde se indica que en el

<sup>46</sup> ACEVEDO, JORGE. “Capítulo I. Itinerario de la CNR, apuntes para un balance”. En “Voces y movidas radiociudadanas: Itinerarios, experiencias y reflexiones desde la Coordinadora Nacional de Radio”. Perú: Realidades SA, para la Coordinadora Nacional de Radio, 2006, pp. 10

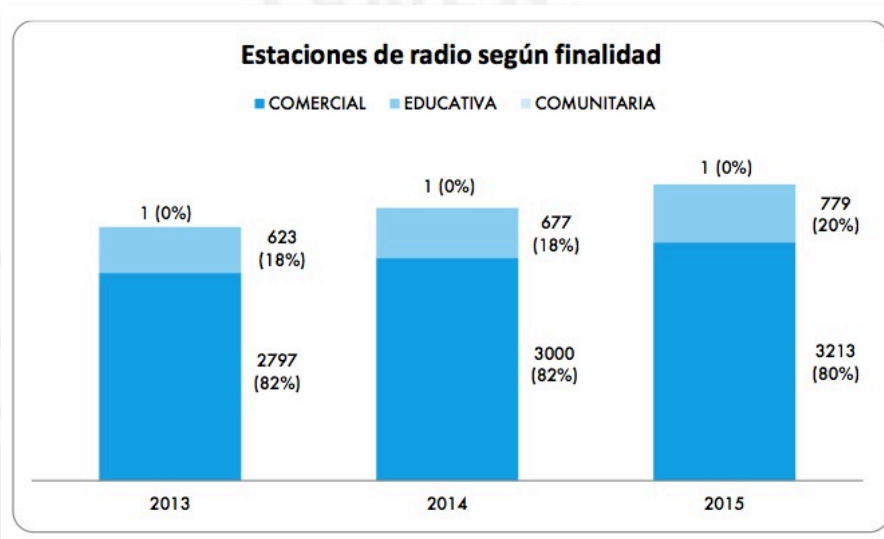
<sup>47</sup> Estadísticas de la Radio y TV 2015, documento elaborado por el área de Comunicaciones e Imagen del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). Información proporcionada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones a Febrero 2015

<sup>48</sup> Ministerio de Transporte y Comunicaciones Estaciones de radiodifusión autorizadas a nivel nacional [http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones\\_autorizadas.html](http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones_autorizadas.html) y de la visita al diario El Digital, de la Edición del 08 de Diciembre del 2012. <http://eldigital.pe/publicacion/2012/12/08/catciu/la-primera-autorizacion-de-radio-comunitaria-a-nivel-nacional#.VXyfuab8IFU> consulta Octubre 2013

<sup>49</sup> Para mayor información revisar el capítulo 2 acápite 1 punto 3: Tipología y funciones de la radio, así también revisar Ley N°28278 de Radio y Televisión con fecha 15 de Julio del 2004 del Ministerio de Transportes y Comunicaciones

Perú, una radio comunitaria oficialmente, sólo pertenece a comunidades nativas, campesinas, étnicas, de preferente interés social, con el fin de preservar los valores culturales y deben contribuir a la formación de identidad nacional. De aquí están exentas todas las radios comunitarias que son clandestinas y/o que están inscritas como otro tipo de radio, informativa, religiosa, etc. pero que finalmente manejan los mismos criterios de una radio comunitaria.

Cuadro 12. Estaciones de radio en el Perú reporte al 2013 según su finalidad



Fuente: Estadísticas de la Radio y TV 2015, documento elaborado por el área de Comunicaciones e Imagen del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). Información proporcionada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones a Febrero 2015.

Sin embargo, las radios comunitarias en el Perú tienen una gran data. A partir de la segunda mitad del siglo XX, y sobre todo con el respaldo de la Iglesia Católica. Con una función de evangelización y de corte educativo tiene alcances a nivel local. De aquí datan los primeros ejemplos como Radio Onda Azul<sup>50</sup> de Puno, quienes venían realizando las ya conocidas escuelas radiofónicas trabajadas con mucho éxito en otras latitudes del continente latinoamericano.

<sup>50</sup> Para mayor información visitar la web <http://radioondaazul.com/>



Durante la década del 70 el vínculo entre la iglesia y el medio radial como espacio para evangelizar se consolida a propósito del Concilio Vaticano II y la corriente cristiana conocida como la Teología de la Liberación que buscaba el desarrollo de los pobres en todos los espacios de la sociedad. A fines de los años 60s y buscando promover la fe católica, la Iglesia ve en su trabajo en los medios de comunicación, el vehículo predilecto para, a través del mensaje radial, llegar a la población.

Aquí aparecen las radios populares, creadas por esta institución a partir de las necesidades de desarrollo y educación que identificaron en ese entonces en localidades más pobres y marginadas del país y por supuesto de evangelizar (Bustamante 2012). El proceso de alfabetización de entonces aprovechó la radio como un medio para llegar a su público objetivo, sobre todo campesinos, a través de estas radios hechas desde la gente y para la gente.

El nombre de radios comunitarias precisamente se consolida a partir de estas formas de producir los contenidos y de este movimiento de las radios populares que fuera afianzándose con los años. Las radios comunitarias se hacían llamar así pues “promovía emisoras sin fines de lucro, de propiedad de las comunidades y con participación de ellas” (Bustamante 2012:591).

En este contexto es que aparece la Coordinadora Nacional de Radio (CNR<sup>51</sup>), cuando en 1978 en Sicuani, Cusco, se juntan algunas emisoras radiales, comunicadores, educadores, centros de producción radial, en su mayoría inspiradas en la labor de la Iglesia y con aires de izquierda, dando origen al Primer Encuentro Nacional de Radio. A partir de allí y con la intención de promover la participación e identidades ciudadanas, consolidar la educación y la democracia y en la búsqueda de la evangelización cristiana “se creó, la red de radios, centros y bocinas de carácter educativo y

---

<sup>51</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.cnr.org.pe/>

evangelizador más importante del país” (Acevedo 2006:7), aportando una alternativa a las ya entonces cadenas de emisoras de radio comerciales que se desarrollaban a lo largo de todo el país, como RPP en los 80s<sup>52</sup>. Siendo oficialmente constituida como una Asociación civil de carácter educativa sin fines de lucro en 1981.

A partir de allí, la CNR cumple un papel importante en la radiodifusión peruana, al albergar un buen número de radios comunitarias, educativas, de la iglesia, populares y lo más importante difundir entre ellas y a través de las redes internacionales a las que pertenece (AMARC, ALER) contenidos importantes locales, descentralizados, a favor de poblaciones sin o con poco acceso a medios de comunicación masivos. Ofrece alternativas de información y con el paso de los años se vuelve un referente dentro y fuera de la red que la conforma, sobre todo a raíz de la creación de la Red Informativa Nacional (RIN) que durante los convulsionados años 80s en el Perú “se pronunció a favor de los derechos humanos, denunciando violaciones por parte de los grupos terroristas y por agentes del Estado” (Acevedo 2006:29). Es así que se dedican con mucha intensidad a promover el debate político y a fomentar la participación ciudadana escuchando y dando a conocer sus necesidades y propuestas para las mejoras de sus propias comunidades.

La CNR se consolida en los 90s siendo opositora al régimen dictatorial de Alberto Fujimori. Fomenta investigación, reportajes e informes a favor de los derechos humanos, la democracia, la educación, el desarrollo sostenible como parte de sus propuesta informativa periodística. Además contribuye en su desarrollo institucional, el alcance que les permiten las nuevas tecnologías con el uso del internet y su acercamiento a los públicos en todos los rincones del país. Se convierte en una red que nos sólo brinda sino que intercambia conocimientos y construye identidades como radio

---

<sup>52</sup> En 1980 RPP, es la emisora con mayor alcance a nivel nacional, contaba con 13 filiales alrededor de todo el país conectadas vía microondas. En 1982 inició formalmente sus transmisiones las 24 horas del día como radio informativa (Bustamante 2012). Mayor información en <http://www.rpp.com.pe/>

fundamentalmente educativa y evangelizadora (Acevedo 2006).

Actualmente la CNR “está conformada por 49 radios y 27 Centros de Comunicación que representan a experiencias de comunicación educativas y comunitarias del Perú”<sup>53</sup>, todas ellas divididas en 4 macro regiones: norte, sur, centro y oriente, facilitando el trabajo de representación de las mismas.

Otros proyectos interesantes forjados durante los 60s y 70s y consolidados a fines de esa década y ya en los años 80s son por ejemplo:

- ✓ Radio La Voz<sup>54</sup> de la Selva (1980) en Iquitos.
- ✓ CEPES<sup>55</sup> (Centro Peruano de Estudios Sociales) y el programa Tierra Fecunda (1980) que fomentaba la inclusión del agricultor y el campesinado en procesos de modernización y democracia, desde Lima. Actualmente promueve la Radio web rural.
- ✓ Radio Sicuani<sup>56</sup> (1983) en Cusco, que con la adquisición del 30% de las acciones por parte de la Iglesia Católica produce programas bajo la etiqueta “educativos” y Radio Quillabamba<sup>57</sup> (1983) también en Cusco perteneciente a los Padres Dominicos.
- ✓ Radio San Sebastián<sup>58</sup> (1985) en Chepén, La Libertad
- ✓ Radio Maraón<sup>59</sup> (1985) en Jaén, Cajamarca, dirigida por la Compañía de Jesús y que ese año crea un programa de Alfabetización.

<sup>53</sup> Visita hecha a <http://184.107.171.115/sobre-cnr> en Marzo 2015

<sup>54</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radiolavozdelaselva.org/web/>

<sup>55</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.cepes.org.pe/>

<sup>56</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radiosicuani.org.pe/>

<sup>57</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radioquillabamba.com/inicio/>

<sup>58</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.sansebastianradio.com/>

<sup>59</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radiomaranon.org.pe/>

- ✓ Milena Radio<sup>60</sup> (1988) desde Lima con un enfoque sobre la equidad de género.
- ✓ Radio Yaraví <sup>61</sup> (1992) como parte de la ONG Centro de Comunicación Amakella en Arequipa.
- ✓ Y uno de los más emblemáticos, Radio Cutivalú<sup>62</sup> en Piura que desde 1985 y bajo el amparo del Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (Cipca) y como proyecto del Instituto Teleducativo Los Tallanes (INTELTA), desarrolla este proyecto cuya misión es “promover el desarrollo regional desde el desarrollo rural, a través de la comunicación interactiva y participativa, con una programación fundamentada en la producción y emisión de programas radiales educativos, culturales, recreativos y de capacitación, entre los sectores y áreas de desarrollo de nuestra región” (Flores 2006:27). Llegando a ser inclusive una promotora de la educación en Piura participando en la elaboración del Plan Estratégico Regional Piura para el año 2010, invitada por el Gobierno Regional Piura (Flores 2006).
- ✓ Por último, Chami Radio<sup>63</sup> 1140 (2004) La Libertad a quien le dedicaremos una especial atención en el siguiente capítulo.

Una de las características más importantes de este listado, es el carácter rural que tienen casi todas estas radios comunitarias educativas. Como lo afirma Jorge Acevedo “La historia de la radio popular y educativa, con inspiración cristiana, estuvo vinculada a sectores rurales”. (Acevedo 2006:23). Además que todas siguen funcionando como tales hasta la actualidad.

<sup>60</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radiomileniaperu.com/>

<sup>61</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radioyaravi.org.pe/>

<sup>62</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.radiocutivalu.org/>

<sup>63</sup> Para mayor información revisar el capítulo 3 acápite 2 y visitar la web <http://www.chamiradio.org.pe/>

Desde sus inicios y como hemos podido apreciar, en el Perú, así como en algunos lugares de América Latina, la radio comunitaria se ha desarrollado en contextos netamente rurales. No debemos olvidar que son más de 7 millones en total de la población país, que está catalogada como rural, lo que es equivalente aproximadamente al 22.5% de la población al 2015.<sup>64</sup> Una cifra importante si tomamos en cuenta que pertenecen en gran parte a los sectores más marginados de la sociedad y por tanto más empobrecidos y lejanos de la capital. Este público no ha sido exento sin embargo, a los cambios políticos, económicos y sobre todo tecnológicos de los últimos 15 a 20 años, lo que les permite ahora más que nunca, tener acceso a información que antes, hubiese sido imposible pensar.

El concepto de radio rural, popular, comunitaria y sobre todo educativa sigue evolucionando constantemente en miras de adecuarse a estos cambios. Puesto que no sólo el medio y los mensajes cambian, también el mismo público, por lo que requiere de una adaptación mutua como lo sustenta Oscar Fajardo en su estudio sobre Radios Rurales en el Perú: “La Radio Rural, ha sido forzada para acoplarse cultural y socialmente, con sus oyentes, debido a la presión de la globalización. Este hecho, ha provocado que incluso desde los espacios locales o desde las grandes ciudades, este tipo de medios apelen a nuevos discursos, nuevas estéticas y nuevas significaciones” (Fajardo 2012:19).

### **3.2 El caso de la Asociación Chami Radio.**

*“Hacer comunicación en la sierra,  
que es un lugar cercano por la distancia pero lejano por el olvido,  
la marginación y la cultura, hace que ésta se vuelva todo un reto.  
Sin embargo, es posible realizarla cuando el medio permite  
que el poblador se convierta en el protagonista de su propia historia,*

<sup>64</sup> En “Perú estimaciones y proyecciones de población rural y urbana por sexo y edades quinquenales según departamento 2000-2015” Instituto Nacional de Estadística e Informática en visita a <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0844/index.htm> en Junio 2015.

*de una forma natural, cercana y familiar [...].*<sup>65</sup>

Cela Talavera (2011)

### 3.2.1 ¿Qué es la Asociación Chami Radio?

La Asociación Chami Radio 1140 AM, según sus propios estatutos está definida como “...una empresa de radiodifusión con responsabilidad ética y social, fundada en la ciudad de Otuzco... está comprometida con el desarrollo político, social, económico, evangelizador y cultural de nuestra región; por ello, su programación se orienta a generar mecanismos de participación ciudadana en toma de decisiones, defensa de sus derechos humanos, vigilancia de la gestión pública y promoción de procesos e iniciativas económicas sostenibles, brinda información plural, democrática y responsable, así como música variada y de entretenimiento para públicos de todas las edades.”<sup>66</sup>

Además, pertenece a varias redes nacionales e internacionales (CNR, ALER, AMARC) lo que hace más visible en otros medios, no sólo a través de las ondas de la Amplitud Modulada y a través del internet, sino de las repetidoras a nivel nacional e internacional que pertenecen a estas redes y que aprovechan su señal para compartir sus mensajes radiofónicos.

Chami Radio nace en Agosto del año 2004 con licencia emitida por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones N° 201-2003-MTC/03<sup>67</sup>, como una iniciativa de la compañía de María Marianistas en el Departamento de La Libertad.

Como punto de partida y precediendo a la creación de la emisora, en 1998 un grupo de agentes pastorales evangelizadores, entre hombres y mujeres encargados de esta labor durante más de 7 años en dicha zona, se suman a

<sup>65</sup> Visita hecha a <http://www.chamiradio.org.pe/historia.html> en Abril 2014

<sup>66</sup> Visita hecha a [http://www.chamiradio.org.pe/nosotros/quienes\\_somos.html](http://www.chamiradio.org.pe/nosotros/quienes_somos.html) en Octubre 2011

<sup>67</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio basada en datos actualizados al 2013.

la propuesta evangelizadora de la Pastoral de la Comunicación trabajada entonces desde el Centro de Formación de Pastoral Rural, María Madre del Buen Consejo. Así es como concluyen en buscar un acercamiento mayor a determinadas comunidades de la provincia de Otuzco ubicadas en las zonas de menor acceso, para continuar con la misión evangelizadora de la compañía de María.

La radio sería el medio ideal para llegar a esta población por ser de fácil acceso. Este público cautivo de su contexto social, económico, geográfico y además marginado en sus propias tierras por su escaso acceso a la educación, se vincula a lo largo de los años, con la ya conocida labor social de los marianistas. Esto les permitió conocerse, confiar y respetarse mutuamente.

Concedores de esta necesidad de acceso a la información, educación y evangelización, y bajo la dirección del Padre Ralph Doorack Loober, los laicos Cela Talavera García y Francisco Reyes Carranza y con el aval de la Compañía de María crea el programa de radio “El Chami”<sup>68</sup> como espacio en una radio local. Lo interesante de esta propuesta era su múltiple propuesta educativa y no sólo evangelizadora. Su temática era de “vigilancia ciudadana, de cumplimiento de los derechos humanos, de la prevención y la salud y del entretenimiento entre otros aspectos.”<sup>69</sup>

Luego de éxito obtenido con el “El Chami” y de la respuesta positiva del público otuzcano, hacia fines del 2003 y gracias a los recursos necesarios captados a través de la Compañía de María, se consigue un radio transmisor, un local propio y el personal necesario para poner en marcha el sueño de la radio propia. En un inicio con Talavera y Reyes a la cabeza y a partir de Marzo del 2004 con la dirección del comunicador colombiano Oscar Fajardo Gallego.

---

<sup>68</sup> En honor al fundador de la Compañía de María el Beato Guillermo José Chaminade.

<sup>69</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Historia de la Radio” basada en datos actualizados al 2013.

A continuación el período de capacitación al equipo humano de la radio e dio con el apoyo de varias organizaciones como la CNR, AMARC, CEPES y la Universidad Nacional de Trujillo<sup>70</sup>. Previa a la resolución ministerial se crea un logotipo, un slogan promocional y el nombre definitivo. Quedando así (ver figura 2):

Figura 2. Logos Chami Radio



Fuente: <http://otuzcoperu.com/tag/chami-radio-en-vivo/>

A la izquierda el logo actual de la Asociación Chami Radio 1140 AM – Señal de Libertad y a la derecha el primer logotipo (2004 al 2012). La selección del slogan promocional de la radio tiene un origen especial: por la defensa de la libertad de prensa, por encontrarse en la Región La Libertad y porque la radio está ubicada en la calle Libertad<sup>71</sup>. Finalmente el nombre comercial para el público sería Chami Radio como es conocida hasta el día de hoy.

Actualmente Chami Radio<sup>72</sup> transmite su señal de manera virtual las 24 horas del día. Además, su programación consta de 18 horas diarias de transmisión al aire vía la amplitud modulada.<sup>73</sup> Cuenta con programas especializados en información y entretenimiento. Sus contenidos tocan

<sup>70</sup> Información brindada por el Área de programación y de Pastoral de la Comunicación de Chami Radio.

<sup>71</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento "Historia de la Radio" basada en datos actualizados al 2013.

<sup>72</sup> Para mayor información visitar la web <http://www.chamiradio.org.pe/>

<sup>73</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento "Historia de la Radio" basada en datos actualizados al 2013.



temas agrarios y de medio ambiente, de salud, de formación ciudadana, pastoral, género y educomunicación de los que hablaremos más adelante.

### 3.2.2 Objetivos y lineamientos: evangelización a través de la radio

Su línea central es la evangelización y la educación en aspectos como: Ciudadanía, medio ambiente y agricultura, derechos humanos, promoción para la democracia, anticorrupción y educomunicación. Su misión como institución es precisamente: *“Ser una voz evangelizadora en defensa de la vida, que promueve la organización, la educación, la equidad de género y el cuidado de la naturaleza desde la sierra liberteña.”*<sup>74</sup> Su marco de desarrollo está muy vinculado a la población sobre todo de Otuzco de donde es originaria y de toda la sierra de la libertad que es en gran parte donde sus ondas llegan.

Chami Radio busca entonces la interlocución entre actores sociales para que a través de los recursos compartidos, logremos cambios positivos en la actitud de las personas, quienes se empoderan y dan soluciones a algunas de sus problemáticas. Promueve la participación y la vigilancia ciudadana, en el ejercicio de sus derechos y abre espacios para el diálogo y la concertación.<sup>75</sup>

Además buscan fomentar la práctica y los valores católicos por tanto, tienen un apoyo de la Iglesia Católica que les es muy favorable<sup>76</sup>. Entre los valores están por ejemplo, el amor a Dios, el compromiso, la justicia, el respeto, la responsabilidad, la solidaridad entre otros.<sup>77</sup> Además manejan principios como:

<sup>74</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Misión, Visión, Valores y Principios” basada en datos actualizados al 2014.

<sup>75</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Misión, Visión, Valores y Principios” basada en datos actualizados al 2014.

<sup>76</sup> Ver anexo 1 sobre la filosofía editorial de Chami Radio

<sup>77</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Misión, Visión, Valores y Principios” basada en datos actualizados al 2014.

- ✓ “La dignidad de la persona humana está por encima de todo.
- ✓ El camino al Buen Vivir pasa por la defensa de la verdad y la justicia.
- ✓ Todos/as tenemos derecho a participar y ser escuchados/as
- ✓ Buscamos la sinergia en el trabajo en equipo
- ✓ Trabajamos en alianza para lograr nuestros objetivos
- ✓ Ejercemos una comunicación democrática
- ✓ Capacidad de escucha
- ✓ Buen uso del tiempo
- ✓ Solución de conflictos de manera alturada y responsable”<sup>78</sup>

En este caso en particular, la Iglesia Católica no sólo se convierte en respaldo ideológico para la creación de contenidos sino también en respaldo económico. Y no sólo por financiar dicha emisora radial sino que por ejemplo, resulta ser un aval en la búsqueda de apoyo económico externo, de instituciones privadas y hasta del Estado mismo. Además sin lugar a dudas, la emisora se enriquece con el poder que ejerce ésta a nivel local. Una mirada a su programación muestra la variedad de públicos que maneja. Sin dejar de lado la búsqueda del desarrollo parejo en cada grupo o sector de públicos, permitiendo la participación de la población, contribuyendo a la creación de ciudadanía siendo el proceso de hacer radio, altamente educativo (Krohling 2006).

Ahora bien, la evangelización a través del medio radial, no es novedad de Chami Radio en el Perú. Son conocidos los casos mencionados en el capítulo anterior: Radio Onda Azul, Radio Sicuani y Radio Marañon en Puno, Cusco y Cajamarca respectivamente. Todas ellas usaron el medio radial para transmitir mensajes de tipo evangelizador a sus oyentes, además de fomentar la educación con los contenidos transmitidos en sus productos radiales.

---

<sup>78</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Misión, Visión, Valores y Principios” basada en datos actualizados al 2014.

Algunas otras emisoras por ejemplo como Radio Unión o Radio Omega en Lima también respaldadas por la Iglesia Católica, no mantenían una programación del todo con este corte evangelizador, aquí combinaban por ejemplo la música clásica, romántica y algo de noticias. (Bustamante 2012). Vale destacar la labor de Radio Santa Rosa que desde mediados de los años ochenta fomenta el apoyo a los más pobres y necesitados a favor de sus derechos. Así lo describía su director de entonces el Padre Sokolich “[...] por aquellos que necesitan la voz de Cristo, por los humildes de nuestro pueblo” (Bustamante 2012:587) inclusive llegándolos a considerar un poco socialistas en dicho período caracterizado por el conflicto armado interno que vivió el país.

En este marco es que Chami Radio trabaja campañas radiales en beneficio de la población otuzcana y de la sierra liberteña, que son enmarcadas en algunos ejes temáticos basados en estos valores y principios católicos. A su vez, estos ejes tienen sus propios objetivos generales que son compartidos por los programas emitidos diariamente y que podemos ver agrupados según estos criterios: (ver cuadro 13).

Otra línea importante de contenidos que maneja Chami Radio son los programas de tipo entrenamiento o musicales, entre ellos: Chami comunica, Señales de amor, Chiquitines, Camino al pueblo, Talentos de mi tierra, La totalísima de la semana, Viejitas pero jaraneras, Estrellas del folklore, Chami tono entre otros. Éstos manejan a su vez ejes transversales de corte pastoral, de educomunicación y género pues sus contenidos son afines a todos los ejes y se dan en paralelo a éstos. (ver cuadro 14).

A través de los cuadros mostrados es que podemos comprobar los objetivos de Chami Radio agrupados en temas y repercuten en la creación de programas radiales especialmente dedicados a cumplirlos. La elaboración de contenidos en este caso, como lo explicamos en el capítulo anterior, deberá tomar en cuenta estos ejes sobre los cuales se basará en buena parte

la estructura del programa Agüita pa' vivir y que veremos especificado en el capítulo 4.

Cuadro 13. Ejes temáticos y sus respectivos objetivos y programas de Chami Radio

<b>EJES TEMÁTICOS</b>	<b>CUIDADANIA Y DERECHOS HUMANOS</b>	<b>MEDIO AMBIENTE Y AGRICULTURA</b>	<b>SALUD</b>
<b>OBJETIVO</b>	Fortalecer las organizaciones sociales en el ejercicio de sus derechos y responsabilidades, que les permita promover redes sociales, prácticas democráticas de concertación, vigilancia del buen uso de los recursos públicos e incidencia pública para la reforma del Estado.	Concientizar, sensibilizar, orientar y movilizar a la ciudadanía en torno a las acciones conjuntas que debemos adoptar para evitar el incremento del calentamiento global, provocado por la irresponsabilidad del ser humano con el cuidado de su medio ambiente.	Sensibilizar a la población en la prevención de las enfermedades más comunes; mejorando sus hábitos de higiene, para el cuidado de su cuerpo, además de orientar sobre el valor nutritivo de los alimentos propios de nuestra región.
<b>PROGRAMAS</b>	Chami noticias Nuestra ronda	Canta gallito Ponchos y polleras	¡Qué tal caleo!

Fuente: Basado en el documento "Plan de Programación 2013"

brindado por el Área de programación de Chami Radio y de elaboración propia de la autora de esta tesis

Cuadro 14. Ejes transversales y sus respectivos objetivos y programas de Chami Radio

<b>EJES TRANSVERSALES</b>	<b>PASTORAL</b>	<b>EDUCOMUNICACIÓN</b>	<b>GÉNERO</b>
<b>OBJETIVO</b>	Dar a conocer el mensaje cristiano y los valores marianistas promoviendo una cultura de vida, justicia y libertad donde la persona es el	Promover en los ciudadanos su capacidad de liderazgo, logrando así el impulso de propuestas participativas para el desarrollo local y	Promover acciones para la igualdad de género a través de un lenguaje radiofónico inclusivo con perspectiva de

	centro.	regional así como su desarrollo humano.	género.
<b>PROGRAMAS</b>	Buenas Nuevas El Día del Señor Misa del Peregrino Hola Zanahorias	El Aula en la Radio En mancha	

Fuente: Basado en el documento "Plan de Programación 2013" y en el documento "El Aula en la Radio estructura del programa" brindado por el Área de programación de Chami Radio y de elaboración propia de la autora de esta tesis

Podemos concluir entonces que Chami Radio tiene una importante labor en Otuzco y en la región La Libertad al transmitir contenidos en sus programas radiales de carácter necesario para las demandas de la población de dicho lugar -precisaremos las características del mismo en el siguiente punto-. La labor de evangelización que se hace a través de ella y de educomunicación son sus mayores objetivos. En sus propios términos, Chami Radio busca ser "líder en Otuzco y la región con un alto nivel de incidencia social [además de ser] reconocida en el ámbito nacional e internacional por sus prácticas y productos innovadores en el campo de la comunicación radiofónica."<sup>79</sup>

### 3.2.3 Contenidos educativos y su relación con el medio ambiente

Una de las apuestas más interesantes de Chami Radio ha sido la creatividad aplicada a sus proyectos radiales de educomunicación. Y en ese sentido, todos han estado muy vinculados a los problemas socio-económicos y culturales de la provincia de Otuzco y sus alrededores. Como ya lo hemos mencionado, la actividad económica más importante de esta ciudad liberteña son las agricultura, la ganadería y la minería. En ese sentido, los problemas que mayor aquejan son el poco acceso que tiene su población

<sup>79</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento "Misión, Visión, Valores y Principios" basada en datos actualizados al 2014.

rural a la educación tradicional y en general a los conocimientos que los ayuden al desarrollo sostenible.

Es así que Chami Radio apostó en el año 2007, basados en el éxito de Agüita pa' vivir, el cual desarrollaremos en el siguiente capítulo, en un programa llamado El Aula en la Radio, transmitido hasta el año 2014<sup>80</sup>. Éste fue un claro ejemplo de programa que usa la educomunicación para transmitir mensajes en beneficio de la comunidad. La idea se gestó con la iniciativa del Padre Ralph Doorack<sup>81</sup>, quien tomó como referencia la alfabetización hecha a través de la radio en estaciones similares como la experiencia en Colombia de Radio Sutatenza.

Desde un inicio se planteó que el público objetivo serían los niños otuzcanos una de las poblaciones más amplias de dicha provincia como lo hemos mencionado anteriormente. Se trabajó con educadores voluntarios primero y luego se hizo el contacto con el Instituto Pedagógico de Otuzco para elaborar los contenidos adecuados. En seguida, se buscaron apoyos externos que faciliten este trabajo y le den sustento. Se logró, luego de muchos intentos, que la UGEL de Otuzco colabore, logrando un aval de su parte, así como la presencia de sus especialistas para la elaboración de contenidos.

Más adelante la necesidad de un presupuesto que sostenga el equipo de producción vio la necesidad de buscar auspicios pues hasta el momento todo era financiado por el sacerdote mencionado.<sup>82</sup>

Es así que pasado un tiempo, la Universidad César Vallejo y el Gobierno Regional de La Libertad apoyan económicamente el proyecto con lo cual tiene posibilidades de funcionar por algunos años.

<sup>80</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento "Plan de Programación 2013" basada en datos actualizados al 2014

<sup>81</sup> Información brindada por el Área de Pastoral de la Comunicación de Chami Radio en el año 2010

<sup>82</sup> Información brindada por el Área de Pastoral de la Comunicación de Chami Radio en el año 2010

El programa de radio tenía una duración de una hora y combinaba la lectura a modo de radiodrama con música y el aporte de un nuevo vocabulario para los niños. Además, eran críticos a las historias contadas, a las actitudes de los personajes y a deducir su propio juicio al respecto.

Los contenidos iban de la mano con el material didáctico utilizado en clase por los docentes afiliados al proyecto. Éstos eran previamente capacitados en al temática a utilizar y complementaban las formación de los niños con el programa radial.

Además, el equipo de Chami Radio hacía labor de campo al visitar las instituciones educativas y realizar muchas veces el programa en vivo desde localidades muy alejadas a donde llegaba la señal de Chami Radio. Organizaban festivales de lectura y concursos descentralizados motivando la participación de los niños y niñas, buscando su reflexión crítica sobre sus problemas medio ambientales y sociales. Un ejemplo claro fue el Concurso Fotográfico 'Buscando... Agüita pa' vivir' en su primera versión y del cual tuve la satisfacción de formar parte desde su gestación.<sup>83</sup>

"Este proyecto es considerado por algunas instituciones como un modelo, pues contribuye al desarrollo de las capacidades comunicativas en niños del cuarto, quinto y sexto grados de primaria en instituciones educativas de La Libertad, utilizando elementos radiofónicos dinámicos y divertidos que ayudan a mejorar el pensamiento crítico- creativo y el acceso a una educación inclusiva dignificante y de calidad, desde la perspectiva de sus derechos como personas." (Talavera 2011:86).

---

<sup>83</sup> El Concurso Fotográfico "Buscando... Agüita pa' vivir" tuvo dos ediciones, el primero dirigido a los niños de la provincia de Otuzco con el apoyo de Chami Radio en el año 2009, el segundo dirigido también a niños en Lomas de Carabayllo Lima con el apoyo de la Dirección Académica de Responsabilidad Social, la Municipalidad Metropolitana de Lima en el año 2011. Ambas ediciones fueron patrocinadas por el equipo de Willay Audio & Video y bajo la dirección de la autora de esta tesis. Para más información sobre el proyecto visitar <http://www.willayaudioyvideo.com/agua.html> y en <https://www.facebook.com/buscandoaguita.pavivir/about>

Así como El Aula en la Radio, el programa ‘En Mancha’ también se encuentra catalogado como producto de educomunicación de Chami Radio. Este programa tenía como línea “intercambiar conocimientos, experiencias, vivencias, con la interacción de profesionales y las y los jóvenes, para contribuir al conocimiento y realce de [sus] derechos y deberes.”<sup>84</sup> En este caso su público objetivo eran jóvenes entre 15 y 29 años de todas las provincias de Otuzco. También se transmitió hasta el año 2014 y tenía una duración de dos horas. Manejaba como ejes temáticos la ciudadanía, el medio ambiente y los derechos humanos.

‘En Mancha’ tenía aliados con diversas instituciones y autoridades del Departamento de La Libertad, como la DEMUNA<sup>85</sup>, la UGEL<sup>86</sup>, el Centro de emergencia mujer (CEM<sup>87</sup>), universidades, hospitales, etc. Además tenía un estrecho vínculo con grupos juveniles, parroquiales y deportivos que participaban del programa a través de concursos, debates, entrevistas, grupos teatrales, como corresponsales escolares y transmitiendo en vivo desde algunas instituciones educativas.

En las dos horas de programa, sus contenidos se dividían en secuencias donde puntualmente se trataban: temas de medio ambiente; salud preventiva y sexualidad; calendario cívico, social, escolar y juvenil; formación ciudadana y pedidos musicales.<sup>88</sup>

Ambos programas se transmitieron luego de la realización de Agüita pa’ vivir en el 2006 y basados en parte en el éxito que tuvo éste el público de

<sup>84</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Programas” basado en datos actualizados al 2014.

<sup>85</sup> La Defensoría Municipal del Niño, Niña y Adolescente (DEMUNA) es la encargada de proteger y promover los derechos de los niños y niñas de todo el país. Se encuentran en todas las municipalidades de las capitales de provincia. La que corresponde a la cita en mención es la de la Municipalidad de Trujillo. Para mayor información visitar la web <http://www.munitrujillo.gob.pe/portal/inicio>

<sup>86</sup> La Unidad de Gestión Educativa (UGEL) es la encargada de garantizar el buen desarrollo de la gestión educativa en el país. Se encuentran a lo largo de todo el país según zonas de jurisdicción y pertenecen al Ministerio de Educación. La que corresponde a la cita en mención es la UGEL Otuzco. Para mayor información visitar la web <http://www.ugelotuzco.gob.pe/>

<sup>87</sup> El Centro Emergencia Mujer (CEM) es el encargado de orientar a las víctimas de violencia familiar y sexual. Pertenecen al Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables. La que corresponde a la cita en mención es el CEM Otuzco. Para mayor información visitar la web [http://www.mimp.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=831&Itemid=429](http://www.mimp.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=831&Itemid=429)

<sup>88</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “En Mancha 2011” basado en datos actualizados al 2014.



Chami Radio. A propósito de resumir las características de esta emisora, aplicaremos el uso de una ficha característica basada en el método de Kayser. Luego de conocer esta emisora pasaremos a analizar la base de la creación de sus contenidos a través de la herramienta conocida como el guión.

### 3.2.4 Ficha Kayser

El método hemerográfico basado en el análisis morfológico del periodista francés Jacques Kayser (1964) es una de las maneras más sencillas y prácticas de identificar rápida y detalladamente documentos escritos, de tipo publicaciones como diarios, revistas, etc. “Éste tiene como objeto evaluar la estructura del diario y su presentación, revelar lo que estos han querido comunicar a sus lectores, y presumir la influencia que una lectura normal ha ejercido en éstos”<sup>89</sup>. En el Perú, el Lic. Adrián Menéndez la adaptó a una Ficha Característica<sup>90</sup> a las emisoras radiales en la búsqueda de una identidad característica relacionada a su programación. Un resumen de la misma nos brinda un panorama claro y resumido de Chami Radio:

<b>Ficha Característica</b>	
<b>1. Nombre de la radio:</b>	Chami Radio 1140 AM
<b>2. Indicación que acompaña al nombre: slogan principal</b>	“Señal de Libertad”
<b>3. Zona principal de cobertura (en área geográfica):</b>	Departamento de La Libertad, norte del Perú
<b>4. Frecuencia en el dial:</b>	1140 AM
<b>5. Lugar y residencia de la administración y planta de transmisión:</b>	Ciudad de Otuzco, Departamento de La Libertad, Perú
<b>6. Tiempo de transmisión e inicio de transmisiones diarias:</b>	Desde Marzo 2004 hasta la actualidad, 12 años. Programación 24 horas. En

<sup>89</sup> En visita hecha a <https://espaciovirtual.wordpress.com/2007/11/30/analisis-morfologico/> en Diciembre 2015

<sup>90</sup> MENÉNDEZ, Adrián “Viabilidad técnica y temática de la radio universitaria en el Perú” Tesis de maestría. (2011). España: Universidad Internacional de Andalucía

	vivo, 18 horas diarias.
<b>7. Potencia de transmisor:</b>	10 Kw
<b>8. Formato/ tipo de programación. Describir la 'personalidad' de la radio.</b>	Ver acápite 3.2.2 Ver Anexo N° 1: Filosofía editorial y valores institucionales de Chami Radio.
<b>9. Composición de la programación:</b>	El total de la programación de Chami Radio es producción propia. Ver Anexo N° 4: Parrilla de Programación.
<b>10. Número de programas de lunes a viernes:</b>	12 en su mayoría en vivo salvo los microprogramas de tipo oración u otro enlatado. Ver Anexo N° 4: Parrilla de Programación.
<b>11. Número de programas de fin de semana:</b>	15 en su mayoría musicales o pre grabados. Ver Anexo N° 4: Parrilla de Programación.
<b>12. Características excepcionales en la vida de la radio, promociones, actividades y campañas que realiza:</b>	Ver acápite 3.2.2 Ver acápite 3.2.3
<b>13. Relación audiencia y radio, programas y presentadores más recordados:</b>	Ver acápite 3.2.2 Ver acápite 3.2.3
<b><u>Expediente de Identidad</u></b>	
<b>14. Condiciones de emisión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de licencia:</li> <li>• Reseña de situación ante el MTC):</li> </ul>	Licencia emitida por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones N° 201-2003-MTC/03
<b>15. Organización de la emisora: dirección, producción, informativos, etc.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de contenidos:</li> <li>• Responsable de noticias:</li> <li>• Responsable de ingresos (publicidad y/o proyectos):</li> </ul>	<b>Responsables Directos:</b> Jefatura de Programación Dirección  <b>Responsables Operativos:</b> Coordinadores de Prensa y Producción Periodistas Productores
<b>16. Financiamiento: publicidad, donaciones, contribuciones, etc.:</b>	Ver acápite 3.2.3. Dependerá de cada programa.
<b>17. Línea y acción políticas:</b>	Ver acápite 3.2.2 Ver Anexo N° 1: Filosofía Editorial y valores Institucionales de Chami Radio

### 3.3 'Agüita pa' vivir': contexto y análisis preliminar

*“Les explicamos cómo funciona el mundo de la radio, hay que repetir y hay que planificar, hay que convertir al español esta información que entienden solo los ingenieros, y que además hay tener las consideraciones locales, sociales, etc. Se trataba de hacer una campaña de comunicación. Luego había que tener una radio que esté dispuesta a transmitirlo.”<sup>91</sup>*

Adrián Menéndez, (2014)

Como parte del estudio de caso planteado en miras de lograr los objetivos de esta investigación, pasaremos a analizar a profundidad lo relacionado a que llevo a la realización de un programa radial de este tipo y como se convierte en un ejemplo referencial de la puesta en práctica de la educomunicación.

#### 3.3.1 Antecedentes del programa

Como se explicó en el capítulo anterior, el público Otuzcano y de la región La Libertad, oyentes de Chami Radio, son personas vinculadas a las labores de agricultura, ganadería y minería, como sus principales actividades económicas y de sustento familiar. En ese contexto, se trata de una población que a pesar de estar muy relacionada a estos temas no tienen necesariamente las herramientas apropiadas para desarrollar sus propias capacidades de mejora laboral. Ésto, debido en parte al poco acceso a la educación formal, sólo una tercera parte (29.83%)<sup>92</sup>, en la ciudad de Otuzco, cuenta con secundaria completa, siendo ésta la capital de provincia.

Además, existe un contexto económico muy particular en la zona, que motivará la participación de los actores involucrados en el programa de

<sup>91</sup> En entrevista realizada en Octubre 2014 por la autora de esta tesis, al comunicador y especialista en radio, el Adrián Menéndez prof. del Departamento de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial "Agüita pa' vivir".

<sup>92</sup> Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013 del Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas, en visita hecha a: <http://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/library/poverty/Informesobredesarrollohumano2013/IDHPeru2013.html> en Abril 2015

radio en el futuro cercano. Hemos comentado en el capítulo anterior como la población otuzcana y en general del departamento de La Libertad no es ajena a los conflictos sociales que ocurre alrededor del país, muy propiamente de los medioambientales. Cabe destacar que además estos conflictos están básicamente calados en la relación población-minería. (ver cuadro 15)

Cuadro 15. Conflicto medioambientales en el Perú actual según tipo  
**PERÚ: CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES, SEGÚN ACTIVIDAD, MAYO 2015**  
 (Número de casos)

Actividad	N.º casos	%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100.0%</b>
Minería	95	66.4%
Hidrocarburos	21	14.7%
Energía	12	8.4%
Residuos y saneamiento	5	3.5%
Otros	5	3.5%
Forestales	3	2.1%
Agroindustrial	2	1.4%

Fuente: Defensoría del Pueblo en <http://www.defensoria.gob.pe/conflictos-sociales/conflictosportipo.php>

Es así que, en el 2005, año donde se gesta el proyecto de programa de radio, Agüita pa' vivir, el sector minero en la región aumentaba rápidamente y las grandes empresas extractoras de mineral ingresaban al país sobre todo a la zona de la sierra norteña. Existía desde entonces una alta producción de carbón en el distrito de Usquil en manos de la minera Alto Chicama. Hay que destacar que Usquil cuenta con una densidad de población similar a la de Otuzco ciudad, siendo ambos los distritos más poblados<sup>93</sup> de la provincia.

<sup>93</sup> Instituto de Estadística e Informática (INEI) al 30 de Junio 2015 en visita hecha a: <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/> en Abril 2015

Así también en la provincia de Santiago de Chuco con la producción de zinc, plomo y cobre en manos de la Pan American Silver<sup>94</sup>. Y puntualmente en el valle del Alto Chicama en la misma provincia, con la extracción de oro y plata a cargo de la minera Barrick. Esta empresa inicia sus operaciones formalmente con el proyecto Lagunas Norte en Junio del 2005<sup>95</sup>.

A propósito del ingreso de esta empresa minera, los sacerdotes de la Compañía de María que venían trabajando en beneficio de la población rural de la La Libertad través de la Asociación Marianista de Acción Social AMAS - Perú<sup>96</sup>, enfrentan una serie de dificultades e inquietudes por parte de los pobladores, sobre todo del Alto Chicama. El ingreso de la minería a gran escala en sus comunidades era inminente por lo que éstos se mostraban preocupados al respecto. El Lic. Carlos Flores entonces Jefe de Programación de Chami Radio en ese período precisa este panorama afirmando:

“[...] los campesinos [...] tienen como principal fuente de todas sus actividades el agua, que facilita la agricultura, la ganadería y otras actividades, además de ser un elemento de subsistencia, se necesita para vivir diariamente, entonces con esa preocupación, los ronderos, expresaron esa inquietud.”<sup>97</sup>

Este sentir, fue rescatado por los religiosos quienes buscaron preparar a la población ante este hecho, de forma que conozcan mejor sus recursos naturales y sus propias capacidades para su cuidado y defensa.

Es así que, los marianistas encuentran aliados en la capital del país para preparar a la población en esta nueva etapa. Toman contacto con la

<sup>94</sup> Reporte Anual de producción minera. Producción minera 2005. Ministerio de Energía y Minas en visita hecha a: [http://www.minem.gob.pe/\\_estadisticaSector.php?idSector=1&idCategoria=10&pagina=2](http://www.minem.gob.pe/_estadisticaSector.php?idSector=1&idCategoria=10&pagina=2) en Abril 2015

<sup>95</sup> En visita hecha a <http://barricklatam.com/barrick/presencia/lagunas-norte/informacion-general/historia/2014-07-07/143615.html> en Abril 2015

<sup>96</sup> AMAS-Perú es una obra marianista quienes desde el año 2003 trabajan en la zona de La Libertad en beneficio de los más pobres. Para mayor información visitar la web: <http://marianistasamas.blogspot.com/> y revisar del presente acápite el punto 3 “Actores involucrados y participantes del programa”

<sup>97</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

Comisión Episcopal de Acción Social (CEAS)<sup>98</sup>, quienes son el área de Pastoral Social de la Conferencia Episcopal Peruana<sup>99</sup>. Por lo tanto, se convierten en uno de los principales actores de este proyecto de quienes hablaremos en el tercer acápite de este capítulo. El CEAS, mantenía un vínculo previo con la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) a modo de convenio, a través del Centro de Investigación en Geografía Aplicada (CIGA)<sup>100</sup> que durante todo el 2005, trabajaron en conjunto unos Talleres de Percepción Ambiental y Minería en la región La Libertad. Estos talleres consistían básicamente en aprender la forma en que las personas captan y organizan su comportamiento en miras de conocer mejor el medio ambiente en el que viven. La persona a cargo de la realización de estos talleres, era la educadora Lic. Consuelo Durán, quien en una entrevista nos comenta:

“el CIGA ya tenía para ese entonces un convenio con la Comisión Episcopal de Acción Social, veníamos apoyando diferentes iniciativas a nivel nacional, en temas que tenían que ver justamente con desarrollo de capacidades, para poder tomar decisiones sobre manejo ambiental.”<sup>101</sup>

Los actores mencionados se reúnen con el objetivo de “fortalecer y desarrollar capacidades en los grupos focales de las cuencas de Chuyugual, Caballo Moro y Perejil para que asuman con conocimiento y responsabilidad el desarrollo de sus pueblos.”<sup>102</sup> Todo esto en el marco de la prevención de los conflictos sociales sobre todo medioambientales como ya los mencionamos en el capítulo anterior.

Es en este contexto se trabajan dos ejes estratégicos de trabajo con la población:

<sup>98</sup> CEAS se crea en 1965 en el marco del Concilio Vaticano II promoviendo la defensa de los derechos humanos desde la Iglesia Católica en el Perú. Para más información visitar la web: <http://www.ceas.org.pe/index.php> y revisar del presente acápite el punto 3 “Actores involucrados y participantes del programa”

<sup>99</sup> La Conferencia Episcopal Peruana es la institución que reúne a la Asamblea de Obispos católicos de todo el Perú. Para mayor información visitar la web: <http://www.iglesiacatolica.org.pe/index.php>

<sup>100</sup> El CIGA es uno de los centros de investigación de la PUCP que busca valorar la investigación geográfica en beneficio del desarrollo del país. Para mayor información visitar la web: <http://ciga.pucp.edu.pe/index.php> y revisar del presente acápite el punto 3: “Actores involucrados y participantes del programa”

<sup>101</sup> En entrevista realizada en Noviembre 2014 por la autora de esta tesis, a la educadora Consuelo Durán quien fuera la responsable de los Talleres de Desarrollo e intervención social del proyecto promovido por el CIGA

<sup>102</sup> Del Informe Final Alto Chicama 2006 elaborado por el equipo del CIGA

- Talleres para conocer el medio en el que viven, llamado por el equipo del CIGA, “Inventario Rural Rápido Participativo” que les permitirá conocer mejor quienes son y que tienen y el
- Desarrollo de capacidades de la población, puntualmente con “Talleres de Desarrollo y Talleres de Monitoreo de la calidad del agua” que les permitirá conservar mejor aquello que ya tienen y que es propio en miras a lo que les gustaría tener.

Los talleres estaban dirigidos en general a la población campesina, que tuvieran una educación básica en la medida que pudieran leer, escribir y hacer operaciones básicas correctamente. Estos requisitos eran los mínimos necesarios para poder realizar todas las actividades propuestas por el equipo del CIGA.

La presencia de la Iglesia Católica fue muy importante debido a la acogida que tiene en la población campesina inclusive en la actualidad. Por tanto, existe una empatía previa y una confianza trabajada que abre camino para la realización de esta intervención social. Así lo resume el informe final sobre este convenio a fines del año 2006:

“el Centro de Investigación en Geografía Aplicada de la Pontificia Universidad Católica del Perú (CIGA-PUCP) ha venido trabajando en coordinación con la Comisión Episcopal de Acción Social (CEAS), la prelatura de Huamachuco y la - Marianistas para la realización de actividades que desarrollen capacidades de vigilancia solidaria de la calidad ambiental en los pobladores residentes de la sierra Liberteña del Alto Chicama que comprende tres cuencas: Perejil (Huamachuco), Chuyugual (Otuzco) y Caballo Moro (Santiago de Chuco).”<sup>103</sup>

Por tanto el CEAS y sobre todo los Marianistas, debían “facilitar que los procesos desarrollados en campo tengan continuidad y aseguren el desarrollo efectivo de las ‘tareas’ dejadas en cada evento a los participantes de los talleres.”<sup>104</sup>

<sup>103</sup> Del Informe Final Alto Chicama 2006 elaborado por el equipo del CIGA.

<sup>104</sup> Del Informe Final Alto Chicama 2006 elaborado por el equipo del CIGA.

La llegada de la minera Barrick y su proyecto Lagunas Norte, se oficializa con una primera etapa de exploración del terreno donde iniciarán las extracciones en el departamento de La Libertad, puntualmente en las cabeceras de cuenca de Perejil, Caballo Moro y Chuyugual donde se encontraban las lagunas. Tal como todas las empresas mineras, realizan primero un estudio de los suelos, donde definen, entre otros temas, la calidad del agua, realizando lo que se llama una línea de base. Este documento resaltaré las condiciones ambientales existentes de la zona para más adelante, poder evaluar los impactos del proyecto minero<sup>105</sup>. Por tanto, lo más importante con estos talleres, era lograr que la población esté enterada y bien preparada sobre las actividades que tendría la minera en sus comunidades. En palabras de la Lic. Durán

“[...] lo que nosotros hicimos es organizar a la población para que también tenga su propia línea de base, desde el punto de vista técnico científico, es decir, levantar la información, que le permite a ellos decir, miren señores, así les estamos entregando nuestras aguas, nuestro suelo, nuestras plantas, etc.”<sup>106</sup>

Sin embargo, además el proyecto proveía de herramientas sencillas a la población para ellos mismos determinar la calidad de sus recursos, precisa Durán:

“El proyecto lo que hacía era no solamente darles la capacitación, si no también darles un kit, para ellos mismos tomar muestras y llevarlas al laboratorio y poder identificar el estado de la calidad de sus aguas, con estándares internacionales [...] se les enseñaba a tomar las muestras en campo y después la parte de interpretación”

Sumado a este contexto y conocimientos previos que manejaba la población, se encuentra como ya hemos mencionado, su poco vínculo a los mensajes

<sup>105</sup> Guía para la Elaboración de Estudios de Impacto Ambiental realizado por el Ministerio de Energía y Minas. Más información en <http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/DGAAM/guias/gelaboestuimpacambi.pdf>

<sup>106</sup> Entrevista a la educadora Consuelo Durán quien fuera el responsable de los Talleres de Desarrollo e intervención social del proyecto promovido por el CIGA en el 2005



escritos y a las letras dado su nivel educativo. Nos cuenta Durán, que precisamente ese fue un problema fundamental al momento de buscar empatía entre los campesinos y la empresa minera. Cuando éstos llegan a mostrar los resultados de su línea de base y monitoreos de las aguas, no lo hacen de la manera adecuada. Les muestran banderolas con gráficas y estadísticas que los campesinos no comprenden, por lo que éstos últimos se sienten hasta ofendidos. La población se enfrenta a la empresa minera puesto que no quieren que continúen con sus procesos, inclusive éstos últimos solicitan al equipo del CIGA para que intervengan como moderadores de sus reuniones.

Barrick concluye que la población entonces ya se encontraba empoderada sobre su situación medio ambiental, y tenían las herramientas para demostrarlo. Sus resultados y monitoreos eran tan válidos como los de ellos mismos. La minera finalmente inicia sus labores y procesos programados en la zona a mediados de ese año.

Si bien la presencia de esta gran empresa minera motivó a la población para conocer y preservar mejor sus recursos, también existía en la zona la pequeña minería y la minería informal, así como las propias actividades cotidianas de los campesinos. Muchas veces éstas eran la principal fuente de contaminación, los mismos resultados arrojaban estos indicadores. El Lic. Adrián Menéndez, responsable de la creación del programa radial *Agüita pa' vivir*, nos explica que:

“los principales contaminantes eran los pobladores, por el mal tratamiento de residuos, de aguas, o porque llevaban a pastar al ganado y lo metían al río, y claro el ganado defeca en el río... [más allá sacaban] agua para comer, y evidentemente se enfermaban. Lo más perjudicial, era la contaminación de origen humano y de animales.”<sup>107</sup>

<sup>107</sup> Entrevista al comunicador y especialista en radio, el Lic. Adrián Menéndez quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial “Agüita pa' vivir”

Estos resultados y el constante monitoreo y cuidado que desde ese momento emprenderían los campesinos de las cuencas, es necesario que sea difundido. Así lo consideran todos los actores involucrados y Durán resume diciendo:

“[...] se necesitaba, tener una tribuna... de buen alcance, en este caso la radio que es otra obra de la Marianistas, que pudiera un poco trasladar, no solamente la experiencia de tomar muestras de agua, si no de generar conciencia con respecto a cómo utilizar el recurso, en el impacto de las actividades extractivas, y el impacto también de las actividades agrícolas con respecto al agua.”<sup>108</sup>

Es así que el “equipo coordinador del convenio: CIGA-PUCP, CEAS, Marianistas y Vicaría de Huamachuco deciden que la mejor forma de transferir los resultados de [estas] actividades desarrolladas, es mediante el desarrollo de un programa radial.”<sup>109</sup> En este momento entran a tallar los actores de los cuales hablaremos en puntos posteriores: La PUCP y los marianistas serán los más importantes. Lo que se buscaba a través de este proyecto radial, era consolidar la capacitación que se le había dado a la población otuzcana, sobre la vigilancia ciudadana de sus recursos, pero principalmente del recurso hídrico de sus cuencas.

Este programa sería utilizado como una herramienta de apoyo a la población en difundir resultados, compartir experiencias y motivar la reflexión. Nace como una necesidad de crear conciencia en la población sobre estos temas.

Es así que el CIGA a través de Durán, toma contacto con la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación a través del docente el Mg. Hugo Aguirre, entonces Coordinador de la especialidad de comunicación para el

<sup>108</sup> Entrevista a la educadora Consuelo Durán quien fuera el responsable de los Talleres de Desarrollo e intervención social del proyecto promovido por el CIGA

<sup>109</sup> Del Informe de trabajo 2005-2006 elaborado por el equipo del CIGA.

desarrollo. La idea era encontrar a los encargados de llevar a cabo la parte creativa y de producción del programa radial. Aguirre deriva el contacto al docente Mg. Pablo Espinoza, responsable del proyecto Voluntaradio -del cual hablaremos con más detalle en el siguiente punto sobre los actores involucrados- y son Espinoza y Durán los que concuerdan en la necesidad de la creación del programa radial, al mismo tiempo que afianzaban el trabajo multidisciplinario a nivel institucional.

Con el panorama listo y en la búsqueda del medio adecuado para la difusión del programa radial, Chami Radio como se explicó en el capítulo anterior, cumplía con las características necesarias para emprender este proyecto de educomunicación. Puntualmente tenía gran acogida en el público de La Libertad, se transmitía en AM lo que implicaba mayor alcance y además no cobrarían por la realizar la producción. En palabras de Flores “Chami Radio era pues, el espacio adecuado para un [...] poder contar a otras localidades, como cuidar el agua... dar algunos tips, que permitiera un poco generar conciencia”.<sup>110</sup>

### 3.3.2 Características y objetivos del programa

La creación del programa Agüita pa’ vivir pretendía transmitir los resultados de la investigación y estudio técnico hecho a las cuencas de Caballo Moro, Perejil y Chuyugual, realizado por el CIGA de la PUCP en el año 2005. La campaña se transmitiría a través del medio radial, como el medio de comunicación más adecuado por su llegada a la población sobre todo a los sectores rurales.

Sin embargo, ante todo, la idea de realizar un programa de radio como producto unitario era algo muy impreciso y de poca trascendencia. Puesto que, en palabras de Menéndez, “un programa de radio no sirve para eso,

<sup>110</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

necesitas hacer una estrategia una campaña, necesitas diseñar contenidos.”<sup>111</sup> Y efectivamente, se trataba de aprovechar aquella investigación y aquel empoderamiento de la población para emprender una campaña de sensibilización respecto al tema de la vigilancia de sus recursos naturales y principalmente del agua.

Esta campaña, que si bien estarían producidos por Chami Radio, deberían tener en la mira su adaptación a la programación de otras radios locales de la zona que también puedan difundirlo. Es así que el programa inicia su pre producción a finales del 2005 en Otuzco en Chami Radio. Sería un programa informativo y educativo en un contexto de radio comunitaria.

Teniendo como objetivos principales: “Orientar, motivar y canalizar iniciativas de la población en torno al tema de la vigilancia de la calidad de agua mediante la difusión de los resultados del monitoreo de la calidad de agua realizado [...] en las tres cuencas: Chuyugual, Caballo Moro y Perejil.”<sup>112</sup> Así también, informar y sensibilizar al público, en este caso, los campesinos de la sierra liberteña, en temas de medio ambiente y sobre todo del recurso hídrico.

Según el equipo del CIGA, dicha campaña radial, traducido en los programas de radio, debería articular los siguientes lineamientos<sup>113</sup>:

- La *orientación*: puesto que brinda información relevante sobre el medio ambiente, el recurso hídrico, el monitoreo y la organización para la vigilancia de la calidad del agua.
- La *motivación*: pues incorporará la personificación de algunas anécdotas que sirvan de motivación y enganche para el

<sup>111</sup> Entrevista al comunicador y especialista en radio, el Lic. Adrián Menéndez quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial “Agüita pa’ vivir”

<sup>112</sup> Del documento Presentación del programa radial elaborado por el equipo del CIGA.

<sup>113</sup> Resumen hecho por la autora de esta tesis, basada en el documento Presentación del programa radial elaborado por el equipo del CIGA.

desarrollo de cada tema. Así también involucrará al propio público lo cual promoverá la empatía con los mismos.

- La *canalización de iniciativas*: el programa considera una estructura que garantice la participación del público así como sus demandas.
- En un inicio también se plantea la *elaboración de cartillas* de difusión que expliquen los resultados del monitoreo realizado por los campesinos. La idea era poder transmitir esta entrega formal a las autoridades locales. Así también promocionar y acompañar el desarrollo de un taller de capacitación en el tema: “réplica para los monitores en calidad de agua”. Esto finalmente no ocurrió.
- Se perfila como un componente importante, integrador y acorde al proceso de comunicación de tipo comunitario, la *participación constante* del público y la absolución de sus dudas. Así como su presencia en encuestas, sondeos o entrevistas que permitan marcar un primer estado del público “antes de” la transmisión del programa.

Agüita pa’ vivir, debería manejar un formato, duración y estructura determinadas. Flores nos comenta al respecto: “Nos juntamos al interior de la radio para pensar un producto, y nos dedicamos a pensar el nombre, los libretos, si deberíamos hacerlos como reportajes, si deberíamos hacerlo como micro programas, si deberíamos insertarlo dentro de un programa específico.”<sup>114</sup>

<sup>114</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

“El nombre del programa Agüita pa’ vivir en realidad le pertenece a la Universidad, lo pusimos nosotros”<sup>115</sup> afirma Menéndez. En este equipo creativo donde también estuvo Flores, éste precisa “quisimos que sea parte de una expresión cotidiana, de uso diario, y consideramos que la expresión Agüita pa’ beber estaba mejor Agüita pa’ vivir y pa’ beber era el nombre.”<sup>116</sup>

Chami Radio producía desde entonces un programa con una gran audiencia y que manejaba como eje temático el medio ambiente y la agricultura<sup>117</sup>. El programa se emite hasta la actualidad bajo el nombre de ‘Ponchos y Polleras’ con 2 horas duración de lunes a viernes. El objetivo de este programa era precisamente “dirigirse hacia el campesinado, trasladar un poco sus preocupaciones, y tratar de también de entregar información adicional que pueda requerir, en el sector agrícola, ganadero, todo lo que tenga que ver con su medio.”<sup>118</sup> Además de:

“[...] promover el desarrollo de hombres y mujeres del sector rural a través de una temática medio ambiental y agraria con la asesoría de técnicos y profesionales [...] y a la vez el entretenimiento de las familias rurales de la provincia de Otuzco y el Departamento de La Libertad rescatando su música, sus costumbres y tradiciones, para desarrollar las capacidades del poblador andino en la búsqueda de una generación sustentable y sostenible para mejorar su calidad de vida.”<sup>119</sup>

Por tanto, Agüita pa’ vivir, podría incluirse dentro de este programa y aprovechar de esta manera el público que ya tenía cautivo. Además, explica Flores, los locutores de dicho programa tenían mucha empatía con el público y eran muy conocidos. Ellos eran Roberto Lázaro que era el Ponchito, el popular “lorito de la radio” y Mary Moreno, la Pollerita. Esto era fundamental para lograr que el mensaje radial tenga una llegada efectiva

<sup>115</sup> Entrevista al comunicador y especialista en radio, el Lic. Adrián Menéndez quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial “Agüita pa’ vivir”

<sup>116</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

<sup>117</sup> Para mayor información revisar el capítulo 3 acápite 2: “El caso de la Asociación Chami Radio 1140”

<sup>118</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

<sup>119</sup> Información brindada por el Área de programación de Chami Radio en el documento “Estructura completa Ponchos y Polleras 2011” basado en datos actualizados al 2014.

con su público objetivo. Los oyentes se sentirían identificados con ellos y esto crearía un clima de confianza que facilitaría el proceso de comunicación radial. Se recomendó por tanto, que los conductores de *Agüita pa' vivir* o al menos uno de ellos, hayan participado en la capacitación del monitoreo del agua.

También el factor estilo y uso del lenguaje apropiado era una preocupación para todo el equipo. La terminología técnica y especializada como resultado de la investigación hecha por el CIGA, sería un reto de ser transmitidos de manera clara y verídica al público. Por un lado sería parte de la estrategia usada por cada locutor, pero por otro lado dejaba gran parte de la responsabilidad en la estructuración, fundamentado básicamente en el guión radial de cada uno de los programas. Puesto que los contenidos tenían que ser cuidadosamente transmitidos y preparados cuidadosamente en el mensaje radial. Además los programas “deben ser dinámicos y entretenidos no podían ser aburridos para el oyente”<sup>120</sup>, comenta Menéndez.

Otra interrogante al decidir su emisión dentro del programa ‘*Ponchos y Polleras*’, fue si debiera ser en vivo o grabado previamente. Se hicieron algunas pruebas al respecto y se optó por grabarlo, simulando una emisión en vivo. Además del manejo del tiempo apropiado para la transmisión de todos estos contenidos. A su vez, considerando la participación de especialistas invitados -autoridades, investigadores- que no siempre podría estar presentes en el momento preciso de la emisión del programa, puesto que se encontraban lejos de Otuzco y debían articular sus respuestas lo mejor posible para su mejor entendimiento. La creación de un guión especializado vuelve a ser fundamental para el éxito de este programa de radio.

---

<sup>120</sup> Entrevista al comunicador y especialista en radio, el Lic. Adrián Menéndez quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial “*Agüita pa' vivir*”

Se trabajan así como base, los ejes temáticos a considerar en general en todos los programas. Estos serían los siguientes<sup>121</sup>:

- ‘El agua en nuestro medio ambiente’, el medio ambiente y la calidad de vida. La cuenca y sus recursos, el agua como recurso hídrico.
- ‘La calidad del agua’, el trabajo de monitoreo, las medidas, las muestras y la interpretación de las mismas.
- ‘La vigilancia del agua’ el plan de monitoreo como instrumento de vigilancia ciudadana.

El programa radial constaría en un inicio de 24 programas, cada uno debiera ser de media hora de duración y podrían realizarse todos en un mes. “Cada semana se abordaría un tema, y a lo largo de dicha semana se harían seis programas referido al tema designado”.<sup>122</sup> (ver cuadro 16)

Cuadro 16. Temas a trabajar de manera transversal en los programas propuestos de Agüita pa’ vivir

PROGRAMAS	EL AGUA EN NUESTRO AMBIENTE	LA CALIDAD DEL AGUA	LA VIGILANCIA DEL AGUA
P 1	El medio ambiente y nosotros: desafíos de la vida	El agua, un recurso para la vida	La comunidad y su compromiso con el agua
P 2	Agua, esperanza de la vida. El aire, esencia de la vida	Las fuentes de agua de nuestras cuencas	
P 3	El suelo sustento de la vida	Potencial del suelo en las cuencas	El diálogo y la observación
P 4	Biodiversidad, vida plena		Las coberturas vegetales y nuestros animales
P 5	Energía, motor de la vida		Los bosques y la leña

<sup>121</sup> Resumen hecho por la autora de esta tesis, basado en el Informe Final Alto Chicama 2006 elaborado por el equipo del CIGA.

<sup>122</sup> Del Informe Final Alto Chicama 2006 elaborado por el equipo del CIGA.



P 6	Mostrando nuestra vida		Los pueblos en defensa de la vida (nuestra organizaciones, nuestras cualidades, nuestros valores culturales)
P 7	¿Dónde monitoreamos?	El monitoreo de calidad de agua	Los monitores de agua o monitores ambientales
P 8	¿Quiénes monitorearon?	La toma de muestras en campo y el laboratorio	Perfil del monitor
P 9		Indicadores de calidad que podemos observar en campo	Competencias
P 10		El laboratorio en el monitoreo	
P 11	El ambiente y la calidad del agua	Interpretación de los resultados	Competencias
P 12	¿A quién le sirven los resultados?		El monitor ambiental y la comunidad
P 13		¿Por qué tenemos que monitorear?	¿Qué significa vigilar? La réplica y las cartillas
P 14	¿Cómo recibieron los resultados?		¿Qué han pensado hacer?
P 15	Los nitratos y el medio ambiente		¿Qué podemos hacer? Plan de monitoreo
P 16	Los residuos fecales y la cuenca	Para qué usamos el agua	¿Qué podemos hacer?
P 17	Los metales y el medio ambiente	Los metales en el agua y nuestra salud	El papel del monitor ambiental comunal
P 18	¿Quiénes participaron?		Talleres de desarrollo
P 19	Las necesidades del ser, tener, hacer y estar según cuencas		Talleres de desarrollo
P 20	¿Cómo participa la comunidad?		Talleres de desarrollo
P 21	Los otros actores de la cuenca: quienes somos y qué tenemos		
P 22	Los otros actores de la cuenca: quienes somos y qué tenemos		
P 23			La vigilancia del agua o la vigilancia de nuestro ambiente
P 24		El agua elemento integrador del ambiente	Plan de monitoreo el plan comunal
P 25	El manejo integral del ambiente		La convivencia para el desarrollo integral y sostenible.
P 26	Diálogo final		Acciones inmediatas

Fuente: Informe Final Alto Chicama 2006 elaborado por el equipo del CIGA.

Se observan estos tres ejes temáticos transversales a todos los programas, priorizando algunos en determinadas semanas y dependiendo de los temas que se consideren como más relevantes. Los temas sugeridos por el equipo del CIGA fueron 26 con dos programas finales a modo de resumen de los anteriores.

Esta estructura previa así como la temática de cada programa, se reformularía en el inmediato cercano, cuando Chami Radio en apoyo del equipo de Comunicaciones de la PUCP asumen la producción y la creación de contenidos directamente. En los siguientes acápite explicaremos con detalle el resultado de este planteamiento inicial.

### 3.3.3 Actores involucrados y participantes del programa

El programa radial educativo *Agüita pa' vivir*, es resultado del esfuerzo, en gran parte voluntario, de varios actores sociales participantes de este proyecto de educomunicación. Articula un trabajo multidisciplinario e interinstitucional de diversas entidades que, a pesar de manejar diversos objetivos, buscaban juntos el desarrollo exitoso de esta experiencia. Todo esto en beneficio de una población como público objetivo, que además estaba dispuesta a recibir y a compartir este mensaje radial.

Los principales actores sociales involucrados en este proceso de comunicación radial son:

1. La *Iglesia Católica* como articulador entre las necesidades de la población y los especialistas en temas ambientales y en comunicación. Esta labor la realizan los sacerdotes de La - Marianistas a través de AMAS-Perú y CEAS. Hay que destacar que los Marianistas actualmente trabajan alrededor de todo el mundo expandiendo sus obras, como las llaman ellos mismos. Entre ellos tienen a su cargo parroquias, colegios, universidades, misiones y medios de comunicación.<sup>123</sup>

---

<sup>123</sup> Para mayor información visitar web <http://www.marianistas.org.pe/>

Como se ha mencionado anteriormente, AMAS-Perú trabaja puntualmente en la zona norte del país en el departamento de La Libertad desde el año 2003. Se definen a sí mismos como: “un equipo de profesionales católicos que trabajamos con el fin de contribuir en procesos de desarrollo humano de los pobladores de las zonas rurales en la Región La Libertad - Perú, desde la perspectiva cristiana de la opción preferencial por los más pobres.”<sup>124</sup> El equipo de AMAS vinculado a nuestro programa en mención, estuvo a cargo del Sr. Walter Pereda, actual Director Ejecutivo de dicha institución.

CEAS, tiene como función “la defensa y promoción de los derechos humanos desde el Evangelio y la Doctrina Social de la Iglesia [...] promueve una pastoral de los Derechos Humanos que consolide la justicia, la democracia, el desarrollo y la paz en el Perú.”<sup>125</sup> Ambas manejan la Doctrina Social Católica que se resume en los siete temas de enseñanza católica a razón<sup>126</sup>:

- La vida y la dignidad de la persona
- El llamado a la familia a la comunidad y a la participación
- Los derechos y deberes
- La opción por los pobres e indefensos
- La dignidad del trabajo y los derechos de los trabajadores
- La solidaridad
- El cuidado por la creación de Dios

Además, la presencia de la Iglesia Católica en un medio de comunicación, como lo hemos visto en los primeros capítulos de

<sup>124</sup> En visita hecha a <http://marianistasamas.blogspot.com/> en Abril 2015

<sup>125</sup> En visita hecha a <http://www.ceas.org.pe/nosotros.php?n=1#> en Abril 2015

<sup>126</sup> En visita hecha a <http://marianistasamas.blogspot.com/p/derechos-humanos-y-democracia.html> en Abril 2015

esta tesis, siempre ha servido como un respaldo para esta institución y la mejor llegada a sus fieles. En un programa educativo como el que está en mención, para el público al que está dirigido, tener el respaldo de una institución tan poderosa también le daba credibilidad y veracidad a los contenidos vertidos en sus emisiones.

2. La *Pontificia Universidad Católica del Perú* a través del Centro de Investigación en Geografía Aplicada y el Departamento de Comunicaciones y su proyecto de responsabilidad social universitaria Voluntaradio. Su labor consistió en ser el ente técnico y especializado para llevar a cabo la investigación y el planteamiento creativo y logístico del programa de radio.

El CIGA como se mencionó, es uno de los centros de investigación de la PUCP creado en 1984, con el objetivo de “consolidar y difundir una metodología nueva en geografía, generar una mayor y más exacta información y conocimiento del espacio nacional, y poner en valor la investigación geográfica para el desarrollo regional y local de nuestro país.”<sup>127</sup> Entre sus líneas de acción destacan: la investigación guiada –educación y ordenamiento ambiental–, la divulgación de los avances de investigación –revistas, libros, programas de radio–, etc. (ver cuadro 17)

Se observa un contínuo trabajo interdisciplinario del CIGA quienes dependen del Departamento de Humanidades y que sin embargo se vinculan constatemente a la Dirección de Informática Aplicada entre otras unidades dentro de la PUCP. Este centro de investigación está a cargo de la Dr. Nicole Bernex como su Directora Académica, y en ese entonces, como responsable del

<sup>127</sup> En visita hecha a [http://ciga.pucp.edu.pe/index.php?option=com\\_content&task=seccion\\_ciga&sectionid=8](http://ciga.pucp.edu.pe/index.php?option=com_content&task=seccion_ciga&sectionid=8) en Abril 2015

proyecto de los talleres de desarrollo e intervención social se encontraba la Lic. Consuelo Durán. El CIGA sería el proveedor principal de insumos basados en la investigación previa y en el contacto con los especialistas en temas hídricos, de medio ambiente, desarrollo sostenible, etc.

Por su parte, el Departamento de Comunicaciones creado en 1997 iniciando sus labores con la formación del equipo docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación al año siguiente. Tiene a su cargo el proyecto Voluntaradio, realizado en conjunto con dicha Facultad a través de sus alumnos participantes. Este proyecto promueve:

“[...] la planificación e implementación de servicios de formación – seminarios o talleres– en el ámbito de la comunicación radial. Estos servicios están dirigidos a responsables de programas radiales ligados a proyectos de promoción del desarrollo, la cultura, la educación y/o la evangelización en zonas urbano marginales y rurales de nuestro país.”<sup>128</sup>

Cuadro 17. Líneas de acción trabajadas por el CIGA



<sup>128</sup> En visita hecha a <http://departamento.pucp.edu.pe/comunicaciones/voluntaradio/presentacion1.html> en Abril 2015

Fuente: CIGA [http://ciga.pucp.edu.pe/index.php?option=com\\_content&task=seccion\\_ciga&sectionid=8](http://ciga.pucp.edu.pe/index.php?option=com_content&task=seccion_ciga&sectionid=8)

El equipo de Voluntaradio lo integran los docentes del Departamento de Comunicaciones y está liderado actualmente por el Mg. Pablo Espinoza, quien también formó parte de los contactos previos a la creación del programa radial Agüita pa' vivir, así como el Lic. Adrián Menéndez.

El proyecto Voluntaradio maneja 3 etapas al intervenir en proyectos radiales:

- La planificación, haciendo un diagnóstico de las necesidades de una institución, medio de comunicación, universidad, asociación, etc. Se establece un primer contacto entre los docentes y la institución que solicita el apoyo visitándolos en la zona de intervención. El propósito es conocer a las personas interesadas, la problemática de su localidad y las condiciones técnicas y de infraestructura<sup>129</sup> para dicha intervención.
- La elaboración de una propuesta de servicio voluntario a considerar por los responsables de la institución solicitante. Habiendo quedado claro las necesidades de las partes se procede a la tercera etapa.
- La participación de alumnos voluntarios que colaboran con la intervención y participan de la propuesta. Este intercambio con los beneficiarios del servicio, "reúne a docentes del Departamento Académico de Comunicaciones y alumnos de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación con los beneficiarios locales bajo una

<sup>129</sup> En visita hecha a <http://departamento.pucp.edu.pe/comunicaciones/voluntaradio/metodologia.html> en Abril 2015

metodología participativa y dinámica” por un lapso aproximado de una semana.<sup>130</sup>

Es precisamente en la tercera etapa donde se permite mi participación como voluntaria de este proyecto. En esta ocasión, y por única vez, el intercambio se hace con un sólo participante, quien sustenta esta tesis, siendo entonces recién egresada en ese mismo semestre, Paula Chávez; y un sólo docente responsable, el Lic. Adrián Menéndez. Ambos emprenden el viaje a la ciudad de Otuzco para llevar a cabo la realización del proyecto como voluntarios. En esta oportunidad el voluntariado de quien escribe, se prolongó por aproximadamente un mes de convivencia con el equipo de Chami Radio, en la misma ciudad de Otuzco.

El equipo voluntario sería encargado de la elaboración de los contenidos plasmados en el guión radial de cada programa a emitirse de Agüita pa’ vivir. Así, su vínculo previo con CEAS, y su relación por naturaleza con la Iglesia Católica, y su fuerte línea de trabajo basados en la responsabilidad social universitaria<sup>131</sup>, le permiten a la universidad un rápido acercamiento al público objetivo y a sus necesidades.

3. *Chami Radio* como el medio de comunicación encargado de la transmisión del mensaje radial. A propósito de esto destacamos una reflexión de la Lic. Cela Talavera Jefa de Pastoral de la Comunicación en ese entonces:

“La radio ya tenía un prestigio [...] no [sólo] por lo que decía y quienes lo decían, sino porque siempre estábamos allí, es más, si ellos [el

<sup>130</sup> En visita hecha a <http://departamento.pucp.edu.pe/comunicaciones/voluntaradio/metodologia.html> en Abril 2015

<sup>131</sup> En ese período existía en la PUCP, la DAPSEU (Dirección Académica de Proyección Social y Extensión Universitaria) siendo el Dr. Luis Bacigalupo su Director y con quien también se toma contacto para el financiamiento de la pasantía. La DAPSEU cumplía en aquel entonces el rol que actualmente le compete a la DARS encargados de desarrollar, promover y difundir iniciativas de responsabilidad social universitaria. Para mayor información visitar la web: <http://dars.pucp.edu.pe/>

público, la población otuzcana] tenían algún inconveniente algún problema, llamaban a la radio y nosotros íbamos. Y nosotros no es que solucionábamos los problemas, lo que hacíamos era, periodismo de intermediación, llevábamos inmediatamente al director de la de la Unión de Gestión Educativa Local –UGEL– por decir, [o] si fuese necesario, llevábamos al fiscal, o nos comunicábamos con la defensoría del pueblo [...] llegábamos a los lugares donde podría estar sucediendo algunos inconvenientes para la población y los acompañábamos para solucionar sus problemas. Entonces quizás eso permitía que todo lo que nosotros dijéramos desde la radio fuera creíble, para ellos era verdad, y era bueno, yo creo que fue, una experiencia ganada, no de un día si no de varios años previos de trabajo”<sup>132</sup>

Efectivamente como lo hemos mencionado con más detalle en el capítulo anterior, Chami Radio cumplía con las características necesarias para encaminar un proyecto de educomunicación de esta índole. Era entonces “una radio bien equipada, bien armada, y con la gente que estaba bien comprometida en lo que quería hacer, eso también ayuda a que los objetivos salgan.”<sup>133</sup> Además de la presencia importante que tenían en la zona, en gran parte gracias al apoyo de los Marianistas, y que convertía a sus conductores radiales en líderes de opinión y en un respaldo de los contenidos vertidos en sus programas a nivel general.

En ese período, el equipo de Chami Radio estaba liderado por su Director, el Comunicador Oscar Fajardo. Como responsable y productor del programa Agüita pa’ vivir se encontraba el Jefe de Programación, el Lic. Carlos Flores así como la Lic. Cela Talavera como Jefa de Pastoral de la Comunicación los principales encargados de llevar a cabo la producción del proyecto. También formaban parte del equipo los conductores y productores Mary

<sup>132</sup> En entrevista realizada en Julio 2014 por la autora de esta tesis, a la comunicadora Cela Talavera de Reyes quien fuera Jefa de Pastoral de la Comunicación de Chami Radio entre los años 2004-2011

<sup>133</sup> Entrevista al comunicador y especialista en radio, el Lic. Adrián Menéndez quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial “Agüita pa’ vivir”



Moreno y Fernando Guzmán. Este último seleccionado como el co-conductor para el programa *Agüita pa' vivir* a razón de equilibrar el diálogo con Moreno, contemporánea a Guzmán y quien además mantenía también un público cautivo al estar encargado de la producción del programa 'En Mancha'.<sup>134</sup>

4. El público objetivo<sup>135</sup>, la comunidad campesina de las cuencas de Caballo Moro, Perejil y Chuyugual y sobre todo la *población otuzcana* como la audiencia principal de Chami Radio. Este público tiene además como característica principal, haber sido, en parte, previamente capacitado en temas de monitoreo y vigilancia de la calidad del agua. Es un público participativo y dispuesto tanto a recibir como a compartir su experiencia. Esto se convierte en un factor positivo dadas las condiciones y características del programa de radio en cuestión.

<sup>134</sup> Revisar el capítulo 3 acápite 2 punto 3 "Contenidos educativos y su relación con el medio ambiente"

<sup>135</sup> Revisar el capítulo 1 acápite 1 punto 3 "Contexto: Ciudad de Otuzco y su población"



#### **CAPÍTULO 4: ARTICULANDO LOS CONTENIDOS, EL GUIÓN RADIAL EN AGÜITA PA' VIVIR**

El presente capítulo permitirá un acercamiento más profundo y detallado de lo que fue el programa radial Agüita pa' vivir, con una clara función educativa en el marco de una radio local y comunitaria. Estas dos características explicadas en el capítulo 2 de esta tesis han sido fundamentales para conocer el procesos de educomunicación. Sin embargo, es importante destacar el papel del guión radial como el elemento por donde se empieza a crear y a poner en práctica en concreto el futuro programa de radio.

A lo largo del capítulo se analizarán los contenidos trabajados en Agüita pa' vivir pero sobre todo su estructuración interna, orden, metodología y temas

seleccionados, conllevarán a una toma de decisiones en beneficio del programa y que se llevaron a cabo a partir de la construcción del guión o los guiones base.

#### **4.1 'Agüita pa' vivir': Producción del programa y elaboración de contenidos**

##### 4.1.1 Características de la producción

Dentro de proceso de comunicación radial revisamos las etapas por las que debe pasar todo producto visual y sonoro.<sup>136</sup> A partir de aquí explicaremos como se llevaron a cabo todas estas etapas a favor de Agüita pa' vivir como producto radial educativo comunitario.

Como se mencionó anteriormente, Chami Radio fue la emisora seleccionada para llevar la producción de este programa radial educativo. Ésta se encargaría de producir y grabar los programas con la salvedad de que puedan ser compartidos a otras radios en Santiago de Chuco y en Huamachuco, que también se encuentren respaldadas institucionalmente por la Iglesia Católica a través de la -Marianistas.

Las labores de producción implicaban que todos los insumos necesarios para la creación de contenidos estén disponibles en el momento adecuado de la emisión de los programas. Esto significa en síntesis:

- La comprensión, por parte del equipo de conductores y guionistas, de la investigación hecha por el equipo del CIGA con la población campesina de las cuencias de Caballo Moro, Perejil y Chuyugual. Esto es tiempo de lectura y relectura, conversación con los especialistas, estudios previos y básicos sobre los temas propuestos a trabajar en cada programa.

<sup>136</sup> Revisar el capítulo 2 acápite 1 punto 4 "La producción radial"

- La grabación de productos ‘enlatados’ o pre grabados que sirvan para acompañar la estructura del programa. Aquellas necesidades que requiere definir el guión técnico (ver capítulo 2). Por ejemplo: las caretas de presentación y salida del programa, las cuñas de sintonía, los ‘jingles’ o temas musicales característicos del programa, los tips a presentar con datos y consejos puntuales.
- La coordinación, selección, grabación y edición previa de las entrevistas a los especialistas en temas puntuales. Muchas veces éstos invitados estarían fuera de Otuzco, por ejemplo en Trujillo, en el Gobierno Regional, o el Lima en la PUCP.
- La posterior redacción de los guiones con el equipo especializado, con todos los contenidos definidos para cada uno de los programas.

Por este motivo es que se prefiere la emisión previamente grabada de los programas. Como lo explica Flores “recogemos todo lo que tenemos [...] y después como ya es un producto pregrabado, vamos un poco cogiendo las partes que nos interesan y que responden para [algo determinado] y eso fue lo que hicimos en adelante.”<sup>137</sup>

En esta etapa de pre-producción y precisamente recordando las características del guión, es que se resalta el orden y el manejo del tiempo adecuado. Se concluyó por tanto, que sería un inconveniente hacerlo en vivo y en directo. Sin embargo, la grabación no debería perder la fuides y dinámica necesarias para lograr una empatía con el público. Esto dependería básicamente de la elaboración de los guiones, lo que explicaremos en el siguiente acápite con mayor precisión.

<sup>137</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

Otro tema importante en el proceso de producción fue el definir tiempo de duración exacto del mismo, conductores, horario, temas definitivos, rotación o repeticiones, temporadas, cronograma de trabajo, temas operativos y de transmisión, etc.

El resultado de estas labores de pre-producción resultó de la siguiente manera:

- Como producto radial, el programa tendría una duración de media hora contando promociones o publicidades propias de la radio –aproximadamente 24 minutos–
- Serían cinco programas se transmitirían de lunes a viernes durante un mes. Con un total de 20 programas en una primera temporada, luego podrían venir más, con una variación en los temas.
- Los conductores serían dos: un varón y una mujer que puedan complementarse, no sólo por un tema de diversidad de género sino por las características de sus personalidades y voces, hablando de los timbres y tonos particulares de cada uno. Debían ser además contemporáneos para facilitar su interacción. Esto permitiría un lenguaje coloquial, sencillo, directo y accesible para el público campesino, no siempre familiarizados con la terminología técnica, usada en los resultados de las investigaciones.
- La transmisión sería a través de las ondas en amplitud modulada (AM) y vía streaming por la página web de Chami Radio. Esto le daría un alcance especial inclusive fuera de la provincia y a lo largo de todo el Departamento de La Libertad.

- El calendario de producción sería, de unas semanas previas de consolidación de la producción, durante los meses de noviembre y diciembre de 2005. Durante el mes de Enero de 2006 se iniciarían las grabaciones de los mismos, incluyendo un piloto. Hacia finales de mes se iniciarían las transmisiones y finalmente terminarían en Febrero de 2006.

Lo importante de esta experiencia además, era el intercambio académico, estudiantil que pudiera generarse. En palabras de Menéndez, el objetivo de la PUCP, en su marco de responsabilidad social universitaria, era que algún alumno aprendiera, en el proceso previo y durante y directamente, a modo de pasantía.

Se pensó en varios alumnos que puedan ir rotando conforme pasaban las semanas y las temporadas del programa. Sin embargo, finalmente se concretó la pasantía de un solo alumno (la autora de esta tesis) y un sólo profesor como se explicó en el acápite anterior. Se prefirió un equipo que esté involucrado por más tiempo y que participe de todos los procesos en conjunto. Sobre todo se recomendó que el pasante permanezca un período más largo de lo habitual para mejor conocimiento del equipo de producción, de la zona en particular, del público al cual va dirigido, con el fin de generar una mejor empatía con el programa y sus involucrados.

Como lo hemos visto en el capítulo 2, un punto importante en el proceso de comunicación radial será la división de tareas al interior del equipo de producción. El productor o productores, conductores y locutores, guionistas y comunicadores en general, en este caso, todos miembros de Chami Radio y de la PUCP. Ellos serían los encargados de llevar a cabo la realización de cada una de las emisiones del programa Agüita pa' vivir a lo largo de esta primera temporada.

El equipo de producción se conformó de la siguiente manera:

- El productor y creador del programa de radio el Lic. Carlos Flores, Jefe de Programación de Chami Radio en ese período. Flores estuvo presente durante gran parte de la pre-producción del programa. Estuvo a cargo de la organización y preparación de la temática de cada programa, así como las ideas fuerza para trabajar cada guión.<sup>138</sup>
- Chami Radio, como radio comunitaria y de la Iglesia Católica a través de los Marianistas, tenía siempre una presencia a modo de Pastoral<sup>139</sup> en sus programas. La Lic Celia Talavera era la responsable de la Pastoral de la Comunicación y de dicha secuencia en todos los programas de la radio. Puesto que “Chami Radio como medio de comunicación forma parte de los marianistas, y [...] hay una línea pastoral que desarrollar.”<sup>140</sup> La Pastoral usualmente era trabajada en función de formatos de ficción dramatizados por todo el equipo de Chami Radio.
- El creador y asesor en la etapa de producción del programa de radio el Lic. Adrián Menéndez, como docente especialista de la PUCP. Encargado del vínculo con Chami Radio y el CIGA. Se encargarían juntos de proveer a los especialistas en temas ambientales y geográficos, así como la grabación de las entrevistas a los mismos.
- Los marianistas en Otuzco, a través de AMAS-Perú como uno de los actores representantes de la Iglesia Católica, siendo su representante el Sr. Walter Pereda. Quien junto con Menéndez,

<sup>138</sup> Ver anexo 2 sobre las Ideas Fuerza que se trabajaron en todas las emisiones de Agüita pa’ vivir

<sup>139</sup> En palabras de Celta Talavera, la Pastoral es “el anuncio del reino, el mensaje de Cristo...Para Jesucristo y para la Iglesia, el reino es crear, contribuir a un espacio de justicia, de paz, donde las personas que tengan menos oportunidades, se les pueda acompañar para crear mejores condiciones de vida” en entrevista a la comunicadora Celia Talavera de Reyes quien fuera Jefa de Pastoral de la Comunicación de Chami Radio entre los años 2004-2011

<sup>140</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

fueron los encargados de definir el medio local con el que se trabajaría y proponer una serie de temas a trabajar en los programas.

- Los conductores del programa de radio, Fernando Guzmán y Mary Moreno. Encargados de llevar adelante el programa educativo transmitiendo el mensaje radial con el lenguaje apropiado. También, en un inicio se encargarían de la redacción de algunos guiones así como de la edición de los productos pre-grabados necesarios para cada programa.
- La guionista principal y encargada del libretaje de los programas de radio, la pasante Paula Chávez, recién egresada semanas previas de la especialidad de Comunicación Audiovisual de la PUCP. Su labor empezaría a partir del programa 2 –el piloto lo haría el mismo equipo de Chami Radio–, redactando los contenidos en adelante hasta el programa 20.

#### 4.1.2 Creando los guiones radiales

*“Todos confluíamos en que había la necesidad de hacer un programa, todos confluíamos en que debería ser bonito, en que debería ser atractivo, en que debería llegar rápidamente, pero cuando empezábamos justamente a aterrizarlo más y más para que sea fácilmente aceptado por los oyentes, entonces [...] planteamos un tema y[...] mejor al tema le ponemos una pregunta, y como pregunta la respondemos en el programa. Entonces era muy ilustrativo plantearlo más como una pregunta antes que como un tema general”<sup>141</sup>*

Carlos Flores (2014)

<sup>141</sup> En entrevista realizada en Setiembre 2014 por la autora de esta tesis, al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007.



A partir de este punto haremos referencia a todo lo necesario para el proceso de creación del guión radial, basados en el modelo aplicado en *Agüita pa' vivir*. Restaltamos a tomar en cuenta elementos principales como la temática seleccionada, la metodología de trabajo y el plantamiento estructural de los documentos. Esto con el fin de comprender de manera profunda este proceso creativo y de producción.

Para la creación de un guión radial, como lo precisamos en el capítulo 2 de esta tesis, hay que considerar antes que nada, el objetivo general y los específicos del programa en cuestión. Con los objetivos claros, el guionista será el creador de estos contenidos. Tendrá la capacidad de plasmar la temática de cada programa de acuerdo a recursos y un tiempo determinado.

Así mismo, planteará la manera más adecuada en que estos contenidos, en forma de mensaje radial, deban ser transmitidos. Es decir, tendrá a su cargo, el fondo y la forma de lo que implica un proceso de comunicación en este caso radial.

El guionista deberá ser capaz de articular diferentes lenguajes, diversas fuentes de conocimiento y hacer que estos lleguen a cumplir su cometido en el público destino. En el caso de un programa educativo, donde los contenidos a veces son complejos y densos para los públicos, será una especie de 'traductor', por así decirlo, de estos lenguajes técnicos y especializados a un lenguaje claro, sencillo, comprensible y que lleve a la reflexión de sus oyentes. Kaplún explica que (1999), muy puntualmente en experiencias en medios comunitarios, lo que ocurre es que el guionista se vuelve también una fuente de información para el público.

El guionista a través del guión es el nexo entre la fuente principal de conocimientos a impartir y quienes los reciben. Éstos a su vez, al tener la capacidad de 'devolver' estos mensajes en forma de participación, -a veces previa a las emisiones en propuestas piloto o durante los mismos en caso

sea un programa en vivo-, se convertían nuevamente en el insumo para el guionista para así promover un mejor proceso radial. Por todo esto, la empatía que lograra el guionista con su público, con su contexto, era lo más importante.

#### 4.1.2.1 Contenidos temáticos

El proceso de guiones o libretaje, como era llamado por el equipo de Chami Radio, inicia con la lectura y comprensión de los resultados de la investigación hecha por el CIGA en las cuencas de Caballo Moro, Perejil y Chuyugual, así como el viaje emprendido por la pasante autora de esta tesis a la ciudad de Otuzco, marcando el inicio oficial de la pre producción de los programas de radio. En presencia del equipo de Chami Radio y de la encargada de la producción en dicho período la Lic. Cela Talavera<sup>142</sup>, se hace un trabajo de mesa donde se definen los temas a tratar en cada uno de los 20 programas (ver cuadro 18).

Esto se concretó en una capacitación previa por parte del docente Menéndez al equipo de Chami Radio. Mary Moreno nos cuenta “tuvimos una capacitación por parte de la Pontificia Universidad Católica, ellos nos dieron algunas pautas para poder realizar el programa... nos indicaron que cada programa tenía que tener un objetivo, y toda la edición, toda la plantilla del programa tenía que ir enfocado a ese objetivo que teníamos que lograr.”<sup>143</sup>

Cuadro 18. Temas definitivos a tratar en los 20 programas de Agüita pa’ vivir basados en las preguntas y los ejes temáticos propuestos

Se ma na	Nº Programa	Responde a:	Ejes temáticos		
			Medio Ambiente	Agua	Organización /pastoral
S1	P1 30/01/2005	¿Por qué es importante cuidar el agua?	El medio ambiente y nosotros: Desafíos de la	Elemento integrador del paisaje	El diálogo y la observación. Nuestro compromiso

<sup>142</sup> Durante la pasantía de la guionista en Chami Radio, el Lic. Carlos Flores se encontraba cubriendo el 6to Foro Social Mundial realizado en Caracas ese año, por lo que la persona responsable de la producción era la Lic. Cela Talavera

<sup>143</sup> Entrevista Mary Moreno, conductora del programa de radio Agüita pa’ vivir

			vida		cristiano. La percepción ambiental. La defensa de vida: conocer para actuar con responsabilidad.
S1	P2 31/01/2005	¿Por qué es importante la forestación?	La biodiversidad, vida plena. El suelo sustento de la vida.	¿Cómo se cultiva el agua? El agua y los riesgos naturales.	
S1	P3 01/02/2005	¿Sabes dónde vive el agua?	La cuenca hidrográfica y la cuenca hidrológica.	El agua superficial, atmosférica y subterránea.	La cuenca como unidad de gestión La vida en comunidad.
S1	P4 02/02/2005	¿Cómo llega el agua a nosotros?		El ciclo hidrológico y las fuentes de agua,	Quiénes somos y qué tenemos: nuestra identidad. La comunión en Cristo.
S1	P5 03/02/2005	¿Cómo sabemos que nuestra agua es de buena calidad?	Calidad ambiental y calidad de vida.	Calidad de agua.	Vigilancia de agua Estar alerta a los signos de los tiempos,
S2	P6 06/02/2005	¿Somos capaces de generar nuestro propio desarrollo o esperamos que alguien venga a hacerlo?	El desarrollo a escala Humana. Las necesidades humanas.		Plan de vigilancia ambiental. La convivencia.
S2	P7 07/02/2005	¿Por qué es importante saber si nuestra agua es buena?	Las cuencas no son iguales y los puntos de control.	El monitoreo de la calidad del agua. El monitoreo Trabajo de campo: medidas y toma de muestras.	Desarrollo de capacidades, tenemos que aprender. Para qué monitoreamos?
S2	P8 08/02/2005	¿Qué pasa en nuestra cuenca?	¿Dónde monitoreamos?	Interpretación y evaluación de resultados. Parámetros permisibles y la ley de aguas. Las cuencas del Alto Chicama: ¿qué monitoreamos?	Los monitores en calidad de agua
S2	P9 09/02/2005	¿Qué otras formas de contaminación hay en nuestro medio ambiente?	Contaminación ambiental en nuestras cuencas. ¿Cianuro, residuos fecales, nitratos, ...? Los metales y el medio ambiente.	El agua contaminada. El agua y sus usos. Los metales y la salud.	Difusión de los resultados. La organización y la vigilancia del agua. Vigilancia de la calidad del agua. La importancia de la opinión de un dirigente.
S2	P10 10/02/2005	¿Qué tenemos que hacer para proteger nuestra cueca?	Indicadores de calidad.	Los resultados del monitoreo. El agua y sus usos.	Los actores de la cuenca. El papel del monitor ambiental.
S3	P11 13/02/2005	¿Qué hacemos con nuestra agua?	Las actividades productivas y las actividades extractivas en las cuencas.	El uso del agua en las actividades productivas.	El desarrollo y la comunidad. El Plan de monitoreo.
S3	P12 14/02/2005	¿Qué sabemos de la minería local?	La minería local.	El uso del agua y la actividad minera. La línea de base y el monitoreo.	El Plan de monitoreo y el Plan de desarrollo comunal.
S3	P13 15/02/2005	¿Quiénes son los actores de nuestra cuenca?	Los actores de la cuenca: ¿Qué desean		Convivencia para el desarrollo Integral sostenible

			los actores?		
S3	P14 16/02/2005	¿Qué hacen y deberían hacer los actores de la cuenca?	Las necesidades y la construcción de la felicidad: SER, TENER, ESTAR, HACER.		Vigilancia ambiental y manejo integral. La comunicación. La difusión de los acuerdos.
S3	P15 17/02/2005	¿Qué responsabilidad tienen los dirigentes y los líderes?	Las evaluaciones Rurales Rápidas: ¿qué sabemos?		El conocimiento del dirigente para guiar a la organización.
S4	P16 20/02/2005	¿Cómo participamos los ciudadanos y ciudadanas en la protección de la cuenca?		El agua elemento integrado del ambiente.	El monitor ambiental y el desarrollo comunal.
S4	P17 21/02/2005	¿Realmente tenemos potencial hídrico en nuestra cuenca?	Capacidades y potencialidades de las tres cuencas.	Potencialidad hídrica.	¿Cómo nos proyectamos?
S4	P18 22/02/2005	Escudemos a los actores	Diálogo de los actores. Mesa redonda con monitores formados.		Acciones inmediatas y el Plan de desarrollo integral comunal.
S4	P19 23/02/2005	Recordemos la importancia del agua.	El agua como condición de vida. Resumen de los primeros 5 programas.		
S4	P20 24/02/2005	Recordemos que pasa en la cuenca	El ambiente: nuestra agua, nuestro suelo, nuestra responsabilidad.		

Fuente: Tabla de elaboración propia, basada en el documento 'Cartel de temas' de cada programa elaborado por el equipo del CIGA, el Lic. Adrián Menéndez y el equipo de producción de Chami Radio.

#### 4.1.2.2 Metodología para la elaboración de guiones

La clave de este trabajo fueron las preguntas que se prepararon en función de los temas, una por cada programa respondiendo a ellas a modo de logro de objetivo. Muchas de ellas ya habían sido propuestas por el equipo del CIGA al momento de proponer la creación del programa de radio.<sup>144</sup> Los temas se tradujeron en preguntas principales, las cuales debían ser resueltas a lo largo del programa. El método socrático, explicaba Kaplún es el apropiado para la transmisión de este tipo de mensaje informativo (1999), éste consiste en plantear preguntas antes de hacer afirmaciones sobre

<sup>144</sup> Revisar el capítulo 3 acápite 3 punto 2 "Características y objetivos del programa"

definiciones o conceptos. De manera que, las respuestas saldrán naturalmente como afirmaciones.

Así mismo se plantearon ejes temáticos puntuales: Medio ambiente, agua y pastoral. Sobre ellos se trabajarían los diálogos entre los conductores, los formatos de ficción y los tips y consejos. Sobre los primeros, se trabajarían de tal manera que respondan ambos a preguntas básicas en cada programa a modo de conceptos y su explicación respectiva. La idea era que uno de los conductores plantee la interrogante principal y el otro la responde. Más adelante las preguntas más precisas y conceptos se las turnarían entre uno y otro conductor a lo largo de la media hora.

Como se observa en el cuadro, por cada pregunta planteada se tienen que resolver los contenidos en el marco de los tres ejes fundamentales. Cada pregunta sería resuelta a lo largo de una emisión de *Agüita pa' vivir*. Los últimos dos programas serían a modo de resumen de los temas más importantes y que sirven como ejes transversales temáticos a todas las emisiones: el medio ambiente y las cuencas y el agua. Como lo explica Menéndez los contenidos estaban armados para ser modulares, no había un orden específico progresivo. Al momento de iniciar el programa bastaban con decir simplemente bienvenidos al programa y no especificar al primero, o al segundo.

Entonces, *¿cómo explicarle al campesino, poblador otuzcano sobre los resultados de la investigación realizada por el CIGA y de todos estos temas posiblemente muchos nuevos para ellos?. Como parte de los procesos de producción radial mencionados anteriormente, se realizó primero la investigación sobre todos los temas que abordaban los informes de la investigación, vale decir: ¿qué son las cuencas? ¿en qué consiste el problema del agua en nuestra comunidad? ¿qué ocurre con la minería local? ¿cómo afectamos nuestro medio ambiente?*

Cada programa, trataría de resolver algunas interrogantes y buscaría cerrar temas que a su vez permitan entender los que vendrían en las siguientes emisiones. Se utilizaban además de los informes de la investigación otras fuentes como: periódicos, libros, internet, sitios web especializados y entrevistas a especialistas que conocían ya del tema y nos podían dar un mejor contexto.

#### 4.1.2.3 Estructura narrativa

Con los programas tentativamente propuestos se procedió a trabajar con el equipo encargado, la estructura de cada uno de ellos, manteniendo así secuencias y formatos que puedan utilizarse a lo largo de los 20 programas y que permitan una identificación del público con los mismos a lo largo de la temporada. Con dos voces jóvenes –mujer y varón– se inició el proceso de diálogo entre ellos. Esta fórmula utilizada es la siguiente:

- Una pregunta motivadora sobre el tema, que dé pie a iniciar un diálogo fluido entre ambos locutores.
- Una pequeña encuesta o sondeo sobre lo que piensa el público, como respuesta inicial a la pregunta enunciada y previa a la recepción del mensaje. Esta será la forma directa de participación de los ciudadanos en cada uno de los programas. Sus propias dudas serían resueltas a lo largo de cada emisión.
- Un breve radiodrama o formato de ficción que plantee una situación cotidiana. Esto permitiría una mejor conexión del público con el tema en mención, lo que les permitiría identificarse directamente con los personajes.

- Pequeños bloques recordatorios con algunas definiciones o términos técnicos nuevos para el público a modo de tips o consejos. Estos serían elaborados en la etapa de pre producción y serían insumos previamente grabados a utilizarse en la post-producción.
- Una entrevista a un especialista y/o autoridad que trate del tema y explique mejor estos conceptos. La idea era combinar entre especialistas del CIGA, profesionales tanto de La Libertad como de Lima, así como autoridades otuzcanas.
- Un nuevo radiodrama o formato de ficción que sus contenidos estén en el marco del eje pastoral. Estos estarían basados en algún pasaje bíblico relacionado al tema del día y que lleve a la reflexión del mismo a propósito de la pregunta planteada.
- Música de acompañamiento típica de la región y contemporánea, usada primero como cortina de fondo en todas las secuencias y también como bloques que le dieran un ‘respiro’ a los conductores. Esto permitía la fluidez de los contenidos simulando una emisión en vivo. Además se aprovecharía para colocar música del estilo de cada radio donde se retransmitiría el programa.
- El constante apoyo de los conductores que refuercen siempre los conceptos y todo lo aprendido en el programa.

Con todos estos insumos se inició el proceso de diálogo entre los conductores, del cual fui particularmente encargada. Se buscaba que ellos vayan llevando al público a través de los conceptos y definiciones, así como

la motivación para poner en práctica los consejos y conocimientos aprendidos con cada programa.

#### ***4.2 Aportes y desafíos del guión radial en el caso 'Agüita pa' vivir'***

Agüita pa' vivir como mencionamos anteriormente, se encontraba dentro del programa Ponchos y Polleras que si se emitía en vivo diariamente. Al término de la transmisión, siempre había oportunidad para que el público pudiera replicar con llamadas vía telefónica o a través del chat manejado en la página web de la radio como sucedía en la mayoría de los programas de la emisora. En el caso particular de Agüita pa' vivir, el uso del teléfono y sobre todo las visitas personales a la misma radio fueron los canales de comunicación que utilizó el público para dar a conocer su opinión y preocupaciones.

Los guiones por lo tanto permitieron:

- ✓ Delimitar los objetivos claros de cada programa
- ✓ Organizar y ordenar los temas a tratar dentro de los mismos priorizando los contenidos
- ✓ Especificar las funciones de todos los involucrados dentro de cada programa.

El guión funcionó como un elemento articulador del producto radial, además de ser una guía específica para su realización tomando en cuenta el proceso de comunicación radial comunitaria como base de este programa educativo.

A continuación mencionaré algunos retos que se me presentaron al momento de la creación de los guiones y la producción del programa Agüita pa' vivir. Lo resumiré en cinco puntos clave:



- Contenido educativo entretenido

En general se ha vinculado a los contenidos educativos en los medios de comunicación como mensajes lejanos del placer para el público, impactantes, diversos, orginales, creativos (Alfaro 1996). Lo educativo en la comunicación se ha considerado como 'aburrido'. Es así, que se convierte en un reto constante la creación de contenidos de ésta índole que mantengan, al oyente radial en este caso, atrapado en la transmisión del mensaje de forma entretenida.

Además considerando las características expuestas sobre este mensaje inmediato, breve, recibido por un sólo sentido, el lograr la empatía con el público se vuelve más difícil aún. Sin embargo, vemos como la creación de contenidos y estructuras basadas en un conocimiento auténtico del público y del mensaje a transmitir, traerá siempre resultados positivos. Este análisis previo fue fundamental, conocer al público previo a la escritura de los guiones o por lo menos al inicio, vivir directamente el día a día la problemática otuzcana. Al plantear un proceso de interacción ya nos referimos a una forma de comunicación (Vargas y Zapata 2010), esta será motivo de una participación y una conexión con el público, garantía de fluidez, dinamismo y entretenimiento.

- El contexto geográfico y social

Otro de los desafíos para la creación de los guiones, fue el conocimiento previo que tuve personalmente del contexto social y geográfico de Otuzco y mi interacción con éste. Ésto a propósito de mi procedencia ciudadana, de la capital y perteneciente socio-económicamente a la clase media, lo que venía a ser una realidad totalmente opuesta a mis referentes cercanos. Esta ciudad cuyo desarrollo económico se mantenía particularmente gracias a la agricultura, la ganadería y la minería de la zona. La información, la lectura y

las conversaciones que tuve que tener con muchas personas respecto al proyecto fue algo que tomó algún tiempo antes de iniciar la redacción de los guiones. A razón de esto se hizo necesario vivir en la ciudad de Otuzco por algunas semanas para trabajar 'in situ' la organización de los temas y la redacción de cada emisión. El compartir el día a día con la realidad otuzcana y con su gente, aún pudiendo ser sesgado mi punto de vista de ciudad capital y de la edad que tenía entonces, fue fundamental para la total comprensión de este contexto, de su medio ambiente y sobre todo del agua en la misma ciudad y alrededores.

- El universo sonoro de Otuzco

Como parte del proceso etnográfico llevado a cabo en paralelo a la experiencia profesional como comunicadora, puedo resaltar dos hechos puntuales: el primero, el reconocimiento a través del sonido, de los camiones que transportaban carbón proveniente de las minas de las alturas de Otuzco. Según me informaron, ese cargamento era muchas veces proveniente de la pequeña minería y de la minería informal, que extraía el carbón y llevaba a Trujillo su mercadería para luego embarcarla con algún destino dentro y fuera del país. Eso sumado a la crecida del río todas las noches, eran la atmósfera que me acompaña todas las noches en mi hospedaje otuzcano y que era totalmente novedoso para mí.

Me dí cuenta que para producir y crear contenidos radiales, tenía que aprender a escuchar, no sólo a los que estaban alrededor mío en su estilo particular y cotidiano, sino a todos los hechos que ocurrían a mi alrededor. Todo el mundo sonoro que sería influencia directa en mi lenguaje radiofónico que serviría para la elaboración de los mensajes a transmitir.

- La calidad del agua

El segundo hecho, y el más impactante desde mi punto de vista, el acceso diario a agua corriente –potable, de los grifos de cualquier residencia o negocio otuzcano– con la característica de ser de un color plomo claro, a cualquier hora y en cualquier lugar de la ciudad. La calidad del agua en Otuzco realmente era un problema incluso en el plano doméstico y personal. La explicación que me daban al respecto fue que las crecidas de los ríos hacían que lleguen a las tuberías domésticas agua ‘cargada’ de tierra, pero que no era contaminante y que esto sucedía en épocas de verano donde las lluvias son más frecuentes y potentes. Sin embargo, nunca me quedé tranquila de ingerir o asearme con esta agua oscura que era usada para preparar alimentos por ejemplo. Definitivamente una experiencia impactante de pensar que lo mío era una estadía de casi un mes, sin embargo ¿y la población otuzcana? ¿los niños y niñas o los ancianos más propensos a enfermedades? Ellos la tendrían que consumir siempre.

- El grupo humano

También fue importante la interacción del equipo de producción en todas las etapas de realización del programa Agüita pa’ vivir. La organización del equipo trabajar por áreas y con responsabilidades particulares. Es ahí donde mi trabajo se vuelve más integrador, puesto que toda la estructura y armado de diálogos recaían en una sola responsabilidad, y es aquí donde mi trabajo como comunicadora se volvió absolutamente tangible y expresados en cada guión que se producía con el paso de los días. El resto de equipo se fue acoplando en función de sus capacidades personales. Así, el planteamiento inicial del equipo de producción se fue perfilando.

En un inicio, mi labor como guionista sería puntualmente para un grupo de programas, pues nos habíamos repartido la elaboración de los contenidos

de los 20 programas para su redacción entre: Cela Talavera, Mary Moreno y Fernando Guzmán, esto debido a que Carlos Flores ya no se encontraba en Otuzco y los cargos del equipo de producción tuvieron que re-acomodarse. Finalmente esto no funcionó, puesto que personalmente era la única miembro del equipo de producción con el tiempo absoluto para dedicarse al programa. Así es como a partir del programa número 4, todos los guiones fueron redactados por mí a excepción del formato de ficción basado en el eje pastoral, a cargo de Talavera y la dramatización inicial a cargo de Moreno como lo vimos en la estructura del programa.<sup>145</sup> Guzmán por su parte pasó a ser el post-productor del programa, editando todo las secuencias pre-grabadas y mezclando finalmente los productos finales.

#### ***4.3 Recomendaciones para el ejercicio creativo del guión radial***

Para la creación de un guión radial para un programa educativo de corte comunitario, podemos considerar los siguientes aportes:

- La empatía con el público objetivo del programa radial

El conocimiento previo de su idiosincracia, de sus costumbres y comportamiento. Si bien directamente no tuve la oportunidad de conocer a los monitores capacitados por el CIGA o al público campesino otuzcano, fue muy beneficioso para mi labor de guionista el convivir con el equipo de Chami Radio y con algunas personas de la ciudad con quienes día a día interactuaba. En definitiva, este conocimiento previo de la población, en la creación de contenidos posiblemente habría mejorado aún más este proceso. Puesto que se tienen referencias respecto al impacto en la población, en palabras de Moreno “se identificaba[n] mucho con lo que se estaba realizando, o con lo que se emitía a través de la radio, se identificaba

---

<sup>145</sup> Revisar el capítulo 4 acápite 1 punto 2.3 “Estructura”

también porque en muchas de estas comunidades o de estas cuencas, ha desaparecido mucha flora, mucha fauna, a consecuencia justamente del impacto que traen las empresas mineras. La población estaba contenta que un medio de comunicación pudiera emitir sobre algunas expectativas que tenían los ciudadanos y ciudadanas, en especial las rondas campesinas, sobre el cuidado del medio ambiente.”<sup>146</sup>

El dominio del tema a transmitir a través de un mensaje radial. En un programa educativo, más que en ningún otro tipo de programa radial, se tiene la responsabilidad de compartir información verídica, con fuentes reales, que además el público oyente pueda finalmente comprobar. El nivel de reflexión y de sensibilización que se quiere obtener por parte de los receptores del programa radial, debe considerarse como el fin más supremo del mismo. Un programa educativo, como ya se ha mencionado, no debe tener un sentido vertical al brindar conocimientos a quien no los tiene, sino debe promover el diálogo, el autoreconocimiento y el desarrollo de capacidades personales que le permitan al público objetivo devolver lo aprendido y ponerlo en práctica.

○ El uso del lenguaje radiofónico apropiado

La facilidad para escuchar el estilo, las características del habla de una población que repercute en el uso apropiado de los elementos sonoros, sobre todo de la palabra. De los modismos propios del lugar, de los términos utilizados, del contexto socio cultural que los rodea, de sus costumbres y creencias. Esto permitirá también que los demás elementos fluyan naturalmente en la redacción del guión, vale decir, el uso de música precisa, efectos sonoros y atmósferas puntuales. Así Kaplún afirma “un buen guión radial tiene más puntos que comas, porque en el lenguaje radiofónico es básico escribir en frases cortas.” (1999:282) esto significa el uso

<sup>146</sup> En entrevista a Mary Moreno realizada en Octubre 2014 por la autora de esta tesis, quien fuera conductora del programa de radio Agüita pa' vivir

adecuado del elemento silencio como marcador de ritmo y de tiempos en la redacción y posterior lectura.

- El vínculo entre los actores: el medio radial y su respaldo institucional

En este caso particular, al tratarse de una radio comunitaria fundada en valores católicos, permitió un espacio favorable para la creación de contenidos de un programa educativo al público en cuestión. Como hemos comentado, estos actores sociales juegan un papel importante pues conocen claramente las necesidades de una población particular. No la juzgan, ni la subestiman, sino más bien la hacen partícipe, la respetan y la invitan a formar parte de este proyecto. Además, funcionan como garantes en la transmisión del mensaje radial, pues le dan un sustento institucional que, sobre todo en ese contexto favorecen la credibilidad de los contenidos. Un programa de tipo educativo en un contexto comunitario y con un respaldo institucional, siendo en este caso el de la Iglesia Católica a través de los marianistas, de Chami Radio y de la propia universidad, se convierten en bases sólidas para el éxito del mismo.

- La creatividad

Puesta en cada diálogo y sobre todo en los formatos de ficción que recrean la realidad del público oyente permiten que el mensaje radial sea transmitido de mejor manera. La identificación con los personajes y la empatía que esta generaba entre los personajes de ficción inventados para determinadas situaciones y contextos, fue muy favorable. Un radiodrama permitía el uso máximo de la creatividad en beneficio del producto radial, pues era el momento de crear historias, personajes representativos de la comunidad y por consiguiente el uso de todos los elementos sonoros propios del lenguaje radiofónico. Talavera explica porque es exitoso:

“[...] porque la gente se ve, es como un espejo, es su reflejo, se identifica con tal o cual personaje... por lo menos por la experiencia que hemos tenido, hace que se internalice más aquello que uno quiere que la gente se sensibilice, la gente se identifica con esos y se ve en el personaje, y eso produce un cambio, o porque se ven bien y se fortalecen en aquello que están haciendo bien, o [porque dicen] yo soy el que está haciendo precisamente mal las cosas y puede producir un efecto de cambio”<sup>147</sup>

En un radiodrama por ejemplo, el método pregunta-respuesta se da entre los mismos personajes, lo cual es muy motivador para el público oyente.

Estas sugerencias buscan servir a los interesados en la producción radial en el desafío de creación de guiones, siendo esto precisamente lo central del objeto de estudio de esta investigación.

#### **4.4 Elemento articulador en un producto radial**

*“Un guionista que no conozca de producción sería como un compositor de música que pretendiera escribir una obra sinfónica sin conocer los instrumentos de la orquesta, las posibilidades y limitaciones de cada uno”<sup>148</sup>*

Mario Kaplún (1999)

A lo largo de esta tesis se han planteado varias consideraciones a tener en cuenta para la creación de contenidos radiales. Puntualmente se ha precisado sobre el lenguaje radiofónico, las funciones de la radio y su tipología. Así también, se ha mostrado un panorama de las radios comunitarias y sus ejes de desarrollo como los cimientos sobre los cuales, un programa como Agüita pa’ vivir, fue concebido. Sin embargo, a todos estos conceptos, les caracteriza uno que, de manera transversal articula a los demás elementos: el guión.

<sup>147</sup> Entrevista a la comunicadora Cela Talavera de Reyes quien fuera Jefa de Pastoral de la Comunicación de Chami Radio entre los años 2004-2011

<sup>148</sup> KAPLÚN, MARIO. “La radio como instrumento de educación popular”. En “Producción de programas de radio: el guión, la realización”. Segunda edición. Quito-Ecuador: CIESPAL, 1999, pp. 21

Este elemento se convierte en la pieza base sobre la cual, la maquinaria de un programa de radio comienza a andar. Puig lo afirma así, el guión “es un escrito en que se anotan los textos e instrucciones necesarios para el desarrollo de un programa de radio.” (Puig 1986:33) Por tanto, sin guión, no existen las garantías para la creación y realización de un buen producto radial. Es cierto también que no es imprescindible, es decir, un programa de radio puede resultar también sin un guión tal cual. Sin embargo, siempre y sin dudas, será necesaria al menos una pauta, una estructura previa, algo sobre lo cual sustentar los contenidos dichos por un locutor.

Podemos concluir entonces que:

- ✓ El guión garantizará que la estructura planeada para un posible programa radial, sea adecuada, pertinente, a tiempo y ordenada, por tanto, y no es difícil deducir esto, generará un producto radial exitoso.
- ✓ El guión vinculará y clarificará de la mejor manera el contenido de los mensajes radiofónicos y los requisitos de producción para que éste se produzca. El guión técnico se complementará al literario así como lo hemos mencionado en el capítulo anterior, como documentos útiles en la pre-producción de los programas.
- ✓ El guión permitirá definir con precisión los objetivos a tratar en uno o más programas radiales, priorizando los temas, dándoles un enfoque en particular de acuerdo a lo que se busca en el proceso de comunicación radial.
- ✓ El guión tomará como su insumo dos puntos importantes para su elaboración: la información previa necesaria para la transmisión del mensaje radial y el conocimiento de las características particulares del público oyente al que irá transmitido este mensaje. Esto con el fin de hacer un uso adecuado del lenguaje radial.



- ✓ El guión aplicará la creatividad, sobre todo en programas radiofónicos informativos, educativos, de conversación<sup>149</sup> o formatos de ficción, que impliquen la necesidad de la creación de diálogos entre locutores o personajes.
- ✓ El guión apoyará en la identificación de las funciones del equipo de producción radial. Especificará funciones y cargos con tareas específicas, de ser necesario y que serán respetados.
- ✓ El guión articulará el producto radial en su conjunto de elementos, contenidos, personal y requerimientos técnicos.
- ✓ El guión tendrá un tiempo de vida limitado, desde la creación de la idea base de un programa, hasta su emisión en vivo o grabación, donde a todo de metamorfosis, el papel se convierte en sonido ofreciendo un producto tangible en el tiempo.

Podemos afirmar que el guión será la herramienta principal en la creación de contenidos radiales. Tomará en consideración las características del medio radial para su creación: la unisensorialidad y el sentido del oído como su único receptor oficial, la inmediatez en la llegada de sus contenidos, la popularidad que ya esté establecida por el medio y la compañía que es el carisma particular de la radio.

El guión representará al programa radio antes de nacer oficialmente como tal y será la 'fotografía' perfecta del mismo con la que inmortalizará su estilo, su lenguaje y su intención.

En el caso de Agüita pa' vivir, los guiones de los 20 programas, fueron aplicados en varias oportunidades, pues los programas se retransmitieron –grabados– en varios

---

<sup>149</sup> Programas donde implique el diálogo entre dos o más locutores

períodos luego de su creación y muchas veces a pedido del propio público, como lo explicó Flores<sup>150</sup>. Los programas estuvieron durante varios años alojados en el sitio web de Chami Radio para poder ser escuchado, desde cualquier parte del mundo. El impacto del proyecto de intervención ambiental propuesto por el CIGA en el 2005, así como del programa de radio y sus contenidos fueron positivos en varios sentidos, inclusive años después en el 2011, en que la propia empresa minera Barrick es acusada por la contaminación de las aguas de las cuencas en la serranía de La Libertad por el equipo de AMAS<sup>151</sup>, la minera apoya el trabajo de los monitores incentivados a su vez por el Gobierno Regional de La Libertad.<sup>152</sup>

Por tanto, comprobamos que en contenidos educativos es incluso más determinante la creación de un guión para lograr sus objetivos. Un guión radial para un programa con contenidos educativos, va a garantizar la mejor estructuración, orden y sentido y por tanto su mejor recepción e impacto en el público objetivo. Su estudio, comprensión y análisis será por eso importante para la realización de programas de radio sobre todo de tipo educativo.

#### **4.5 La labor del guionista-comunicador**

*“Para nosotros el tema es que las poblaciones tienen que aprender a tomar decisiones sobre sus propios recursos, pero la toma de esas decisiones tiene que pasar por un conocimiento del medio [y] también por un tema de actitud y compromiso con el pueblo”*

Consuelo Durán (2014)

El investigador Dominique Wolton concluyó que la comunicación es “el espíritu de los tiempos” (2006:88) pues hoy en día todos tienen la necesidad de expresarse, de

<sup>150</sup> Entrevista al periodista y productor de radio Carlos Flores Valeriano quien fuera Jefe de Programación y de Prensa de Chami Radio entre los años 2005-2007

<sup>151</sup> Para mayor información <http://perucontaminada.blogspot.com/2010/12/segun-monitoreo-de-agua-realizado-por.html>

<sup>152</sup> Para mayor información <http://www.somosbarrick.com/peru/2011/11/barrick-participa-en-programa-de-monitoreo-ambiental-inclusivo-propuesto-por-gobierno-regional/>

dar su opinión y más aún si esta puede ser pública, resulta ser más gratificante. Ocurre en todos los medios de comunicación, desde las redes sociales y el internet, pasando por la televisión, la prensa escrita y por su puesto la radio.

En ese sentido Alfaro añade que esto sucede sobre todo porque los medios representan la realidad, la toman con la intención de recrearla para sugerirnos sentidos y sensaciones determinadas (1996). Y esto sucede pues hay una simbiosis entre la sociedad moderna y la comunicación como abanderada y símbolo de la misma. Además que la comunicación y los medios terminan siendo su propio sostén. Esto pues, si partimos de que:

“[...] los medios existen porque existe una sociedad de masas con niveles varios de industrialización [...] cuya complejidad requiere espacios de intercambio [...] es decir medios y sociedad actual se corresponden y se influyen de manera compleja [...] lo que éstos hacen en primer lugar es recoger lo que nos gusta, los valores, para poder convertirlo en estrategia de venta” (Alfaro 1996:39).

Los comunicadores, como productores de contenidos en cualquier medio de comunicación tendrán una responsabilidad muy grande. Y no tanto porque sean los que dominen las estrategias y los lenguajes, sino porque se convierten en necesarios para la supervivencia en esta sociedad de la información. Una sociedad acostumbrada a valorar a nivel público el intercambio de experiencias, de conocimientos, la búsqueda del diálogo y que en el plano más íntimo laboral o personal, no le es posible muchas veces expresarse libremente. (Wolton 2006:89)

En un contexto así, los medios alternativos, populares o comunitarios, rescatan un poco este sentir. Por un lado, la necesidad de alzar la voz libre y públicamente y en democracia a nivel social y por otro empoderar a la población para que desde su lugar de oyente solitario que busca la compañía de la radio, se sienta motivado para ser mejor cada día en el plano personal.

Un medio comunitario con contenidos educativos toma esto como punto de partida para la labor de los comunicadores que estén a cargo de los mismos. Su perfil deberá ser conocedor del medio que le rodea, de sus ventajas tecnológicas y de repercusión en grandes audiencias y de sus desventajas financieras y de promoción.

Un comunicador que elabore contenidos debe tener una actitud de cercanía a su entorno y a su público oyente. No puede ni debe subestimarlos ni mucho menos sobrevalorarlos. Debe mantener una relación horizontal, tolerante y de mucha empatía, sobre todo al momento de convertirse en este traductor de fuentes de información como lo indicó Kaplún (1999). El guionista-comunicador se convierte en un nexo entre estas fuentes de conocimientos y de quienes los reciben. Debe facilitar este proceso creativo y eficientemente.

El papel y responsabilidad del guionista-comunicador será entonces el de transformar estos conocimientos e información en contenidos sencillos, claros y entretenidos para los oyentes. Donde no solamente deberá tomar en cuenta los objetivos del producto, el público al que va dirigido y también el lenguaje radiofónico apropiado y las formas particulares que requiera cada guión para ser el indicado y lograr productos radiales que beneficien a la población. Personalmente, aquella responsabilidad se volvió absolutamente tangible y expresados en cada guión que se producía con el paso de los días. Cada guión era un mundo nuevo a crear con sumo cuidado para que cumpla con su propio fin, su objetivo general, su pregunta a responder, su ejes temáticos a desarrollar.

La combinación de elementos y circunstancias que envuelven al guionista radial se da a todos los niveles, tanto profesional como personal como en mi caso. En esta experiencia comprendo claramente para que fui formada durante tantos años en una institución de educación superior. Comprendí mi propia capacidad de comprensión de la sociedad y de quienes me rodean. Me convertí en la pieza que muchas veces falta o que a veces no está muy valorada aunque sea necesaria. La de aquella que conociendo la técnica y el nivel de especialización propio de cualquier

profesión, requiere además de saber compartir a través de ella, estos conocimientos, explicarlos, y asegurarse que se comprendan.

Luego la labor no termina, pues debe recoger las impresiones, las sensaciones causadas y nuevamente utilizarlos en su propio proceso externo e interno de comunicación, para cuando se presente nuevamente la oportunidad, promueva estos espacios más equitativos y más idóneos.

En definitiva mi participación en el proceso creativo me permite hacer memoria de mis propios alcances y problemáticas ocurridas en aquel momento en particular, los cuales ahora sirven de base, a propósito de una sistematización de la experiencia y de la fundamentación en una teoría existente, para la puesta en práctica de esta investigación. Todo ello en miras a resultar en una propuesta guía y metodológica para futuros investigadores en el tema, que busquen trabajar el tema y que como yo, algunas dudas los embarguen y puedan mejorar sus procesos creativos y técnicos, a propósito de los errores cometidos y los aprendizajes logrados.

Sin lugar a dudas, con cada experiencia se aprende algo nuevo, yo aprendí a ser comunicadora y darle un sentido a mi profesión, que llegó en el momento preciso pues acababa de concluir mis estudios universitarios. Como cierre de esta tesis y concluyendo sobre nuestra labor como comunicadores comunitarios de contenidos educativos, destaco las palabras del maestro Kaplún, con la siguiente reflexión:

“[...] el comunicador [guionista] aquí tendría por principal cometido el de recoger las experiencias de la comunidad, estructurar y organizar esas experiencias en forma de emisión radiofónica y así estructuradas devolverlas a la comunidad, de tal modo que ésta pueda analizarlas, hacerlas conscientes y reflexionarlas... El comunicador [funcionará] como seleccionador e intérprete de las experiencias comunitarias.” (1999:121)

## CONCLUSIONES

*“La democracia demanda de la activa participación ciudadana para fortalecerse y garantizar el ejercicio de los derechos ciudadanos”<sup>153</sup>*

Teresita Vargas – Natalia Zapata (2010)

A modo de cierre, quisiera que nos detengamos un momento a revisar nuevamente el objetivo general de esta tesis: *Comprender el proceso de educomunicación en la radio peruana y comunitaria en beneficio de sus públicos objetivos, tomando como elemento de partida, el guión radial, en el caso particular del programa Agüita pa’ vivir*. A lo largo de los capítulos hemos revisado conceptos variados como el de la educomunicación, la radio comunitaria, el caso peruano, etc. Yendo al fondo de esta comprensión, identificamos varios elementos comunes a programas de corte educativo como el caso de Agüita pa’ vivir, sin embargo, será el guión el que abandere, desde su concepción como idea hasta su puesta ‘en escena’ o práctica, el éxito de un programa de radio.

A propósito de esta reflexión, algunos puntos a destacar, como parte de esta tesis, que a mi parecer resume sus propios objetivos:

- Una radio comunitaria tiene muchas características comunes: Será reflejo de lo que ocurre en una comunidad, tendrá costes bajos en su producción y logística y permitirá el acceso igualitario a un medio de comunicación por parte de una población. Sin embargo, no son del tipo de radio más común ni popular en el imaginario del oyente tradicional. Mucho menos lo son los contenidos educativos o las radios con este fin.

En la actualidad, la oferta radial en el Perú como la del mundo en general, concentra básicamente programas con contenido de tipo informativo, de entretenimiento y sobre todo musicales. Los programas con contenidos educativos están limitados a algunas muestras en la radio pública y otras de tipo comunitario. Existen, según el informe al 2015 de ConcorTV un total

<sup>153</sup> VARGAS, Teresita y ZAPATA, Natalia. “Comunicar para activar nuevos significados”. En “Enredando prácticas: Comunicación desde las organizaciones sociales”. Buenos Aires, Argentina: San Pablo, 2010, pp. 141

de 779<sup>154</sup> estaciones de radio con contenidos educativos, siendo sólo el 20% del total de emisoras. Sin embargo, esta información no considera emisoras que dediquen por completo su transmisión a emitir programas con este tipo de contenido.

Al mismo tiempo dicho informe precisa la existencia de una sola radio comunitaria en el Perú<sup>155</sup>, lo que confirma que nuestras sociedades, no reconocen por ejemplo, las emisoras comunitarias como legales, como válidas. Pues cuando la radio se muestra “con capacidad para convocar y organizar a la sociedad civil tendiendo y reconstruyendo redes para enfrentar la tragedia, allí donde los canales tradicionales de comunicación con las autoridades se quiebran o se muestran ineficientes y desbordados” (Winocur 2002:198) se convierten en ‘peligrosas’ y en potencialmente enemigas de aquellos grupos de poder político y económico. A quienes les conviene una población que no comprenda sus métodos, que acepte sin capacidad de negociación sus requerimientos, que no refute, que no piense. El conocimiento ofrecido a través de la comunicación permite expresarse, formar opinión, construir una sociedad, más justa e igualitaria permite formarse en democracia.

Un programa de contenido educativo, en una radio comunitaria, es sin duda, un gran enemigo para algunos y contradictoriamente una forma de penetrar fácilmente en el espacio público formalmente, desde su asiento como oyentes, desde su condición de ciudadanos de a pie. Se vuelve en una oportunidad de aprender y compartir, de dar y recibir como lo es la base del proceso radial de comunicación comunitaria.

- La radio, sobre todo la comunitaria, le da las herramientas a la población

<sup>154</sup> Estadísticas de la Radio y TV 2015, documento elaborado por el área de Comunicaciones e Imagen del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). Información proporcionada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones a Febrero 2015.

<sup>155</sup> Estadísticas de la Radio y TV 2015, documento elaborado por el área de Comunicaciones e Imagen del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). Información proporcionada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones a Febrero 2015.

para desarrollarse por sí misma en todos los aspectos posibles. La empodera para contribuir en la democratización del acceso a los medios de comunicación, en este caso el medio radial. Los públicos objetivos de estas radios, muchas veces marginados y relegados en la sociedad logran una revaloración de ellos mismos, les da identidad.

En nuestro caso como comunicadores y creadores de contenidos radiales, nuestros retos van precisamente al momento de lograr la empatía con este público como nuestra audiencia. Plantearnos por ejemplo, la pregunta antes citada: ¿cómo explicarle al campesino, poblador otuzcano sobre los resultados técnicos de la investigación realizada por el CIGA?. Nuestro rol empieza con una actitud, cercanía al público y a su entorno, empático y tolerante. Deberá mantener una relación horizontal, nunca por debajo subestimando, tampoco por encima sobrevalorando.

El comunicador se convierte muchas veces en el facilitador que servirá de nexo entre los diversos actores involucrados en el proceso de comunicación radial. Estos actores no siempre partirán de un vínculo estrecho ni mucho menos por el contrario. Importante destacar la función de las diversas instituciones públicas y privadas como universidades, los ministerios y la Iglesia Católica como actores participantes activos que promueven precisamente estos vínculos. En ese sentido, el comunicador estará precisamente para que la comunicación funcione, fluya y se concrete siendo también en el caso de las radios comunitarias, un actor activo y participante. Y en el caso de los contenidos educativos, facilitando su comprensión.

- Considero que existe a priori una errónea idea de lo costoso, laborioso y complejo que amerita la producción de programas de este corte. Es mucho más sencillo, y por tanto fácil de vender, un programa que requiera de un solo locutor que intervenga muy poco entre canción y canción. Efectivamente, los contenidos educativos, como lo hemos explicado en los capítulos anteriores, requiere un esfuerzo especial, una dedicación,



investigación y análisis de contenidos, planeamiento, además de la creatividad que supone cualquier producto comunicacional para que tenga éxito. Así lo afirma Menéndez:

“[...] hacer un programa educativo es más difícil que hacer un programa de radio comercial, [y] lo difícil no está en la producción o en los recursos, lo difícil está en que además de ser entretenido, además de generar información para la audiencia, debe efectivamente [ofrecer] información útil, de competencia [...] [usando] la técnicas y herramientas que usa la radio comercial, para hacer un programa entretenido.”<sup>156</sup>

El guión será por tanto la herramienta que logre articular estos contenidos de manera ordenada y clara. El programa radial en su conjunto de elementos, contenidos, personal y requerimientos técnicos tendrá en el guión su respaldo. Siempre bajo el amparo de los objetivos que busque lograr el producto radial en particular. El guionista para ello, tendrá que hacer uso máximo de dos características fundamentales: su creatividad y el conocimiento previo que tenga de la temática. Puesto que sin guión no hay contenidos, sin contenidos no se puede transmitir el mensaje radiofónico, ni hacer uso del lenguaje y de los códigos, por tanto se rompería el esquema básico de comunicación.

Un guión hecho para una radio comunitaria educativa tendrá además el fin de lograr una empatía especial con el público a quien se le transmitirá el mensaje radiofónico. La relación entre el guionista y el contexto socio-económico donde se llevará a cabo el proceso de comunicación radial, será primordial. El guión será el resultado de un buen trabajo realizado en la etapa de pre-producción y de que los actores involucrados en su creación, logren participar cumpliendo cada uno sus objetivos, garantizando finalmente un buen producto radial a usar en todas las etapas de este proceso de comunicación.

<sup>156</sup> Entrevista al comunicador y especialista en radio, el Lic. Adrián Menéndez quien fuera el responsable de la parte creativa y de pre producción del programa radial “Agüita pa’ vivir”

## BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO, Jorge

2006 “Capítulo I. Itinerario de la CNR, apuntes para un balance”. En *Voces y movidas radioc ciudadanas: Itinerarios, experiencias y reflexiones desde la Coordinadora Nacional de Radio*. Perú: Realidades SA, para la Coordinadora Nacional de Radio, pp. 17-37.

ALFARO MORENO, Rosa María

1996 *Una comunicación para otro desarrollo*. Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

1999 *La radio ciudadana del futuro*. Lima, Perú: Calandria

2002 *Comunicación y Educación*. Perú: Agenda Educativa: revista institucional de Foro Educativo, año 10 N° 16.

ALFARO MORENO, Rosa María y Carmen VIDAURRE GÜIZA

2010 *Los medios no trabajan el concepto de ciudadanía*. Perú: Comunifé: revista de comunicación social N° 10.

BUSTAMANTE, Emilio

2012 *La Radio en el Perú*. Perú: Fondo editorial Universidad de Lima.

CASSANO ITURRI, Giuliana, James DETTLEFF, Rosa María OLIART y Queca SERTZEN

2011 *Introducción a la realización de ficción*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP Lima-Perú.

COLLADO CAMPAÑA, Francisco

2008 *La influencia de las radios y las televisoras comunitarias en la construcción de la ciudadanía*. En Revista “Ámbitos: Revista andaluza de comunicación” N° 17 pp. 209-224. España: Universidad de Sevilla.

CHAPARRO ESCUDERO, Manuel

2004 “Capítulo 9: La Radio Asociativa y Comunitaria. En María Del Pilar Martínez-Costa, y Elsa Moreno. En *Programación Radiofónica: Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. España: Ariel Comunicación.

DEFENSORÍA DEL PUEBLO, Adjuntía para la Prevención de Conflictos Sociales y la Gobernabilidad.

2015 *Reporte de conflictos sociales N° 135-Mayo 2015*. Perú

ERRO SALA, Javier

2009 “Capítulo 2: Reinventar la educación para el desarrollo desde la cultura audiovisual”. En Jorge Lozano. En *El audiovisual y la educación para el desarrollo*. España, Fundación Mainel.

FAJARDO GALLEGO, Oscar

2012 *Un diagnóstico de la radio rural en el Perú*. Perú: Coordinadora Nacional de Radio

FELDMAN, Simon

2008 *Guión argumental. Guión Documental*. España: Editorial GEDISA.

FLORES CÓRDOVA, Milton

2006 *La influencia de las radios comunitarias: Caso Radio Ayabaca*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación. Perú: Universidad de Piura.

GARGUREVICH, Juan

1988 *Comunicación y democracia en el Perú*. Perú: Editorial Horizonte.

HAYE, Ricardo

2000 *La radio del siglo XXI: nuevas estéticas* Buenos Aires-Argentina: La Crujía.

2003 *Otro siglo de radio: noticias de un medio cautivante*. Buenos Aires-Argentina: La Crujía.

HOLGADO, Andrea Ximena

2013 *Identidad Sonora en tiempos de intermedia*. Argentina: Ediciones CICCUS.

KAPLÚN, Mario

1999 *Producción de programas de radio: el guión, la realización*. Quito-Ecuador: CIESPAL.

KROHLING PERUZZO, Cecilia

2006 *Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social*. En Revista Contratexto N° 14. Perú: Fondo editorial Universidad de Lima.

LEWIS, Peter y Jerry BOOTH

1992 *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. España: Ediciones Paidós.

MATTELART, Armand

1998 *La mundialización de la comunicación*. Barcelona-España: Paidós.

MEDINA ÁVILA, Virginia y José BOTELLO HERNÁNDEZ

2013 *Homo audiens, conocer la radio: textos teóricos para aprehenderla*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

MENÉNDEZ VALDIVIA, Adrián

2006 *Viabilidad técnica y temática de la radio universitaria en el Perú*. Tesis de maestría. España: Universidad Internacional de Andalucía

2011 "Capítulo 1: Escuchando diversas voces: Las corporaciones de radio en el Perú 1990-2010". En Giuliana Cassano (editora). En *Otras voces, otras*

*imágenes: radio y televisión local en el Perú.* Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.

MUÑOZ, José Javier y César GIL

1994 *La Radio: teoría y práctica.* España: Instituto Oficial de Radiodifusión Española.

PARENT-ALTIER, Dominique

2005 *Sobre el guión.* Argentina: Editorial La Marca

POUSA, Xosé y Hernán YAGUANA

2013 *La Radio, un medio en evolución.* España: Comunicación Social ediciones.

PUIG, Jaime

1986 *Cómo ser guionista de cine, radio y TV.* Argentina: Editorial Mitre.

RINCÓN, Omar

2006 “Capítulo 6: Narrativas de la radio”. En Omar Rincón. En *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento.* España: Editorial GEDISA.

RIVADENYERA, Carlos

2006 “Capítulo 2: Aporte a la democracia y al desarrollo, recorrido de experiencias: Comunicación alternativa para el desarrollo rural Tierra Fecunda, 25 años” En Jorge Acevedo y otros autores. En *Voces y movidas radiocidadanas: Itinerarios, experiencias y reflexiones desde la Coordinadora Nacional de Radio.* Perú: Realidades SA, para la Coordinadora Nacional de Radio.

SABRERA ORTIZ, Soledad

2012 *Radio Comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el distrito de San Martín de Porres de Lima metropolitana.* Tesis para optar el título

profesional de Licenciada en Comunicación Social. Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

SENECAL, Michel

1986 “Capítulo III Lógica estatal y medio comunitarios” En *Televisión y Radio comunitaria. Teoría y práctica de una experimentación social*. España: Editorial Mitre.

TALAVERA DE REYES, Cela

2011 “Capítulo 1 “Escuchando diversas voces: El Aula en la Radio”. En Giuliana Cassano (editora). En *Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.

TAMAYO SAN ROMÁN, Augusto

1996 *Teoría y práctica del guión de ficción*. Perú: Fondo de Desarrollo Editoria Universidad de Lima.

VARGAS, Teresita y Natalia ZAPATA

2010 *Enredando prácticas: Comunicación desde las organizaciones sociales*. Argentina: San Pablo.

WINOCUR, Rosalía

2002 “Capítulo Radio espacio público y participación Ciudadanos Mediáticos”. En *La construcción de lo público en la radio*. España: Editorial GEDISA.

WOLTON, Dominique

2006 *Salvemos la comunicación: Aldea Global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*. España: Editorial GEDISA.

ZEPEDA VARAS, José

2009 *La radio entre la comunicación y el poder*. Paraguay: Radio Nderland y Radio Libre del Paraguay.

### Sitios web consultados

Asociación Chami Radio 1140

<http://www.chamiradio.org.pe/>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias “¿Qué es una Radio comunitaria?” en AMARC

[http://alc.amarc.org/index.php?p=Que\\_es\\_una\\_Radio\\_Comunitaria&l=ES](http://alc.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria&l=ES)

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER

<http://aler.org/index.php?lang=es>

CEPES Centro Peruano de Estudios Sociales

<http://www.cepes.org.pe/portal/>

COMUNICAR Revista científica de comunicación y educación.

<http://www.revistacomunicar.com/>

Consejo Consultivo de Radio y Televisión

<http://www.concortv.gob.pe/>

Coordinadora Nacional de Radio - CNR

<http://www.cnr.org.pe/>

Declaración Universal de Derechos Humanos Artículo 19 en

<http://www.un.org/es/documents/udhr/index.shtml>

Defensoría del Pueblo. Reporte de conflictos sociales 2015

<http://www.defensoria.gob.pe/conflictos-sociales/conflictosactivos.php>

DE OLIVEIRA SOARES, Ismar

Entrevista al autor sobre el tema de la educomunicación en el portal de la Associação Nacionais de Jornais en

<http://www.anj.org.br/jornaleeducacao/biblioteca/entrevistas/ismar-soares-define-o-conceito-de-educomunicacao> y en

<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf>

DIARIO EL DIGITAL Edición del 08 de Diciembre del 2012

<http://eldigital.pe/publicacion/2012/12/08/catciu/la-primera-autorizacion-de-radio-comunitaria-a-nivel-nacional#.VXyfuab8lFU>

INEI Instituto Nacional de Estadística e Informática

<http://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

LÓPEZ VIGIL, JOSÉ IGNACIO "Manual urgente para Radialistas Apasionados" en

<http://www.comunicant.info/spip.php?article210> y en

[http://alc.amarc.org/index.php?p=Que\\_es\\_una\\_Radio\\_Comunitaria&l=ES](http://alc.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria&l=ES)

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES Estaciones de radiodifusión autorizadas a nivel nacional

[http://www.mtc.gov.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones\\_autorizadas.html](http://www.mtc.gov.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/estaciones_autorizadas.html) y en

[http://www.mtc.gov.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/Autorizadas\\_Television.pdf](http://www.mtc.gov.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/Autorizadas_Television.pdf)

MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS

Reporte anual de producción minera

[http://www.minem.gov.pe/\\_estadisticaSector.php?idSector=1&idCategoria=10](http://www.minem.gov.pe/_estadisticaSector.php?idSector=1&idCategoria=10)

Guía para la Elaboración de Estudios de Impacto Ambiental

<http://www.minem.gov.pe/minem/archivos/file/DGAAM/guias/gelaboestuimpacambi.pdf>



### Entrevistas realizadas

1. Prof. Lic. Consuelo Durán, responsable de las actividades programadas por el CIGA-PUCP en el marco del “Programa de difusión y educación sobre la vigilancia del agua en el Alto Chicama” realizada en Noviembre 2014.
2. Prof. Lic. Adrián Menéndez, representante de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación-PUCP y responsable de la parte técnica, creativa y logística del programa Agüita pa’ vivir realizada en Octubre 2014.
3. Lic. Cela Talavera, responsable del área de Pastoral de la Comunicación de la Asociación Chami Radio 1140 en dicho período y de la parte evangelizadora del programa Agüita pa’ vivir realizada en Julio 2014.
4. Lic. Carlos Flores, jefe de programación de la Asociación Chami Radio 1140 en dicho período y responsable de la estructuración y armado de contenidos del programa Agüita pa’ vivir realizada en Setiembre 2014.
5. Mary Moreno, jefe de programación periodo 2011-2013 y actual productora y locutora de la Asociación Chami Radio 1140 actualmente y conductora del programa Agüita pa’ vivir realizada en Octubre 2014.

## Anexos

### Nº 1: Filosofía Editorial y valores Institucionales de Chami Radio

#### ***Filosofía Editorial***

- \* Chami Radio 1140 AM, haciendo uso de su función social como medio de comunicación de la Iglesia Católica, fundamentará su trabajo de acuerdo a los principios establecidos en acuerdo colectivo del equipo de trabajo que conformara la institución en el año 2004, como se consigna en el manual de funciones y haciendo uso de la “ Libertad de Prensa” y los Valores del Reino.
- \* En correspondencia a lo anterior, Chami Radio tiene dos canales de transmisión de su señal y sus contenidos. Uno es a través de su frecuencia 1140 AM y el otro es la señal abierta con su website [www.chamiradio.org.pe](http://www.chamiradio.org.pe) con sede en la ciudad de Otuzco, departamento La libertad, Perú.
- \* Chami Radio publicará su información y contenidos con el criterio de equilibrio, desde la provincia, la región y el país y para ello hará uso de sus estrategias descentralizadas de noticias.
- \* Chami Radio abrirá las puertas a todos y todas las ciudadanas, sin discriminación, quienes pueden hacer uso del medio de comunicación, para expresarse y dar su punto de vista sobre los hechos o acontecimientos de la realidad que afectan de manera positiva o negativa, siempre y cuando se ajusten a la verdad objetiva.
- \* Chami Radio pretenderá convertirse en una alternativa real de comunicación donde los ciudadanos y ciudadanas menos favorecidos encuentren su canal de expresión para hacerse visibles socialmente.
- \* Inspirado por los valores de la fe católica y el espíritu Marianista, la filosofía editorial de Chami Radio tendrá en cuenta sus fortalezas de trabajo La evangelización y La educación, como elementos fundamentales para la búsqueda de la dignificación de las comunidades menos favorecidas, a quienes se violen sus derechos fundamentales de manera integral.
- \* Chami Radio denunciará responsablemente todas aquellas acciones que van en contra de la vida de las personas y dará el derecho a replica a todos los implicados.
- \* Chami Radio hará uso de las redes Regionales, Nacionales o Internacionales, como CNR, Macronorte, AMARC y ALER , Radialistas Apasionadas y Apasionados, OCLAC, para difundir sus informaciones y contenidos. De la misma manera apoyará su trabajo en estas redes de comunicación, por considerarlas organizaciones respetables sin tinte político partidario e intereses económicos, sino entidades que apuestan por la evangelización y el desarrollo de los pueblos. Dichas redes son reconocidas por la UNESCO y por organizamos de la Iglesia Católica y Derechos Humanos.

### ***Misión Editorial***

- \* Crear una programación entretenida y adaptada a las necesidades de los oyentes del sector rural y urbano marginal de la provincia de Otuzco y la Región Libertad, teniendo en cuenta la cultura de las comunidades y su desarrollo.
- \* Mantener la página Web como un espacio comunitario que fomente la participación, el debate y el intercambio de información, pero también el espacio de encuentro entre las comunidades a nivel local, nacional o internacional en el caso de los migrantes.
- \* Crear una página web, dinámica, donde la comunidad encuentre, información, entretenimiento y espacios de expresión y diálogo abierto y libre.
- \* Preservar la calidad de la página como un recurso valioso y útil.
- \* Informar, entretener y orientar a la comunidad.
- \* Apegarse a la verdad y a los Valores del Reino. No entendemos evangelización sin desarrollo y desarrollo sin evangelización.
- \* Transmitir y difundir contenidos pastorales que se ajusten a las exigencias de la realidad social de los pueblos.

### ***Fuentes***

- \* El colectivo editorial mantendrá como fuentes de información La Coordinadora Nacional de Radio, Región Macro Norte (de quienes somos socios), ADITAL (Agencia Católica de Noticias), ACI (Agencia Católica), ALER Asociación Latinoamericana de Educación radiofónica, Corresponsales de la red de CHAMI RADIO y EMISORAS AMIGAS. De la misma manera la palabra y la información de los ciudadanos y ciudadanas contará. Al igual se seguirán entregando reportes e información a emisoras amigas de la Macro Norte, Coordinadora Nacional de Radio y otras redes sociales y de la iglesia católica a las que pertenecemos.

### ***Valores Institucionales***

- \* Justicia social, que implica un trabajo permanente para generar condiciones más justas y equitativas en la sociedad local, regional y nacional.
- \* Solidaridad, con los pobres y sectores excluidos de la sociedad, fundamentalmente con comunidades campesinas de la región La Libertad.
- \* Honradez en el ejercicio institucional, personal y profesional.
- \* Libertad con responsabilidad, puesto que el ejercicio de derechos a la comunicación supone también el respeto de las libertades y derechos de otras personas y colectivos.
- \* Tolerancia y diálogo, para construir una sociedad democrática desde la localidad, la región y el país. La radio apuesta por ser un actor dialogante con otros sectores de la sociedad y por la apertura de espacios para la concertación en la perspectiva de apuntalar procesos de desarrollo.

## Nº 2: Ideas fuerza a manejar en los programas de Agüita pa' vivir

Nº Programa	Ideas fuerza
1	El agua es un elemento del medio ambiente pero no el único. El agua integra y modela el paisaje, pero el suelo, la biodiversidad, la energía, la ciudad, los impactos ambientales, el aire y la sociodiversidad constituyen juntos un solo sistema: el sistema ambiental.
2	La cobertura vegetal es la que garantiza la alimentación de los acuíferos y evita la pérdida de suelos. El agua se cultiva para luego cosecharla. No todos tenemos la misma percepción de nuestro entorno. La riqueza de una comunidad reside en su capacidad para reunir todas las percepciones y tomar decisiones acertadas respecto al uso y manejo del entorno.
3	La cuenca es una unidad de gestión, en ella encontramos el agua superficial, atmosférica y subterránea, es importante saber: dónde está, cuánto tenemos, cómo está, en qué la usamos.
4	El agua es un recurso único y escaso, para que el ciclo hidrológico funcione es necesario que el marco de vida mantenga un conjunto de condiciones sostenibles en su uso y manejo.
5	La calidad del agua se define en función al uso que se le quiera dar. La vigilancia del agua es un derecho de la comunidad de asegurar su bienestar y proteger su entorno, especialmente cuando se realizan actividades extractivas o productivas de cualquier tipo.
6	El desarrollo tiene que ir de la mano del mejoramiento en la calidad de vida y eso significa considera al hombre en toda su integralidad desde sus cuatro necesidades básicas: de SER, de TENER, de ESTAR, de HACER.
7	El monitor en Calidad de agua es un comunero comprometido y entusiasta que quiere trabajar por el desarrollo sostenible de su comunidad. Es el que tiene habilidades y capacidades para desarrollar actividades en torno a la vigilancia y cuidado de sus recursos hídricos. Monitorear la calidad del agua es realizar un seguimiento planificado y programado constante en el tiempo para obtener información sobre ciertas características del agua determinadas por su uso y preservación y poder tomar decisiones.
8	Los resultados de los análisis del laboratorio dan valores para cada parámetro analizado. Un valor no representa nada, es necesario observar como varía en el tiempo y cómo se relaciona con los otros valores.
9	Las cuencas en el alto Chicama presentan contaminación por residuos fecales. Tenemos que plantear medidas para reducirla desde el aporte del monitor en calidad de agua o monitor ambiental. La comunidad decide. Los metales están presentes en el medio ambiente de manera natural, dependiendo del tipo de roca, suelo y drenaje su presencia será mayoritaria o no.
10	El análisis de los resultados permite observar tendencias, ubicar fuentes de contaminación, tomar medidas de mitigación, tomar acciones de prevención, entender cómo funciona la cuenca, dialogar mejor y tomar mejores decisiones. Los indicadores de calidad se definen en función al uso del agua. Existen indicadores de calidad que podemos aprender a identificarlos más allá de los análisis de laboratorio. La presencia de ciertas especies en el agua o la identificación de las características físicas del agua.
11	El agua tiene diversos usos según los actores de la cuenca: uso agrícola, uso poblacional, uso minero, uso industrial, uso pecuario. Es importante conocer y definir los usos de agua de nuestra cuenca para considera las actividades que deben programarse en el Plan de monitoreo.
12	El Plan de Monitoreo es una herramienta de gestión para la vigilancia de la calidad del agua o del ambiente en general. El plan parte de la definición de un diagnóstico de la cuenca, identificación de los actores y sus tareas, luego la planificación del trabajo de campo, el análisis de las muestras por el laboratorio, interpretación de resultados y,

	finalmente la comunicación de resultados.
13	El Desarrollo sostenible lo entendemos desde el enfoque del Ecodesarrollo, acciones que sean socialmente deseables, económicamente viables y ecológicamente prudentes. Y, en ese contexto cada actor social debe definir su compromiso responsable.
14	El Desarrollo integral se garantiza cuando se es capaz de considerar al ser humano como un todo integral que tiene cuatro tipos de necesidades: SER, HACER, ESTAR y TENER. Se debe entregar los resultados y las opiniones a los interesados (comunidad, autoridades, otros actores). Se debe en todo momento ser: claros, objetivos y nunca alarmistas. Si hay problemas buscar el diálogo y la solución más adecuada. En caso de dudas, consultar la opinión con una persona experta independiente.
15	El dirigente tiene la responsabilidad de guiar a su organización, por tanto debe tener una actitud de escucha y humildad para conocer y aprender. Es importante definir con la organización "sistemas" de comunicación que garanticen un conocimiento real del entorno ambiental.
16	La gestión integrada de recursos hídricos, es una herramienta que garantiza la participación ciudadana de todos los actores de una cuenca para el buen uso y manejo del agua. Está basada en las mesas de diálogo para la concertación en base al conocimiento que deben tener todos los actores de los recursos que ofrece su ambiente.
17	La cuenca hidrográfica como unidad geomorfológica alberga un conjunto de capacidades, potencialidades y limitaciones naturales y humanas. Cada cuenca debe conocerlas para tomar decisiones sobre su gestión
18	El monitor ambiental entiende y comprende que se está formando para contribuir con el desarrollo integral de su comunidad: promover la convivencia armónica entre todos los actores que viven y trabajan en el espacio comunal y el medio ambiente que los rodea. Eso es responsabilidad ciudadana.
19	Es importante recordar el contenido de los programas pasados, se destacará la primera semana bajo el tema: el agua como condición de vida.
20	Qué pasa en las cuencas, recordaremos los temas de medio ambiente, nuestra agua, nuestro suelo, nuestra responsabilidad, la información que necesitamos. Recordar a los actores y el papel de cada uno.

### Nº 3: Guiones de programas 2 y 6 de Agüita pa' vivir

**PROGRAMA SOBRE VIGILANCIA CIUDADANA  
DE LA  
CALIDAD DEL AGUA  
PRODUCCION: CHAMI RADIO 1140 AM**

**PROGRAMA DOS/CONDUCCION A DOS VOCES/**

**L1** : Muy buenas tardes amigos y amigas campesinos y campesinas de la región La Libertad. Con ustedes en otro programa más de **AGUITA PA VIVIR**. Mi nombre es Fernando Guzmán, y en compañía de Mary Moreno nos quedamos media hora para acompañarles a todos y a todas. Hola Mary.

**L2** : Bien Fernando, buenas tardes a todas y todos los que se acompañan a través de está su radio. Iniciamos el programa. Bienvenidos y bienvenidas esto es **AGUITA PA VIVIR**.

**L1** : Para nuestros amigos y amigas que no pudieron escuchar ayer el programa. Se preguntarán ¿Cuál es la finalidad de **AGUITA PA VIVIR**?

**L2** : Tienes razón Fernando pues les contamos que este programa nació con el deseo de cuidar, conservar proteger nuestro medio ambiente y reconocer a un elemento muy importante como es el Agua

**L1** : En el primer programa hablabamos de el ¿Porqué cuidar el agua?... Porque...el agua es el elemento integrador del paisaje y todo el medio ambiente gira alrededor del agua.

**L2** : En palabras más sencillas como nuestros campesinos y campesinas dicen EL AGUA ES VIDA. Y por eso es importante cuidarla.

**L1** : Tienes razón, pero no solamente debemos cuidar EL AGUA, sino a todo lo que conforma el Medio Ambiente, a las diversas plantas, animales, y hasta a nosotros mismos ya que somos parte de la creación de Dios.

**L2** : Y todos y todas tenemos una gran responsabilidad de cuidar toda esa gran variedad de plantas y animales, que tenemos.

**L1** : A esa variedad tanto de animalitos y plantas se llama BIODIVERSIDAD. Que es la variedad de especies que hay en un determinado LUGAR, caserío, pueblo menor, distrito, provincia, región o país.

**L2** : A mí me gustaría ver de cerca y con más frecuencia una vizcacha que hoy en día está en proceso de extinción, o ver mas venaditos grises y cuidarlos y no cazarlos para que no desaparezcan.

**L1** : Y a mí, también por supuesto, me hubiese gustado poder ver a algún condor, ya que por referencias sabemos que, años atrás habian muchos y cualquiera los podia ver

**L2** : Les comentamos amigos y amigas oyentes. En los talleres que realizó la Pontificia Universidad Católica del Perú, los participantes de la cuencas del Perejil, Caballo Moro y Chuyugal. Mencionaron que gran cantidad de las diversas plantas y animales han desaparecido y otras estan en peligro de extinción.

**L1** : Y las razones son varias como: la falta de lluvias, las sequías, la tala y quema de los árboles, la falta de agua, el avance de la frontera agrícola, la caza indiscriminada, los ruidos fuertes producto de las exploraciones de los denuncios mineros que asustan a los animales y los hacen huir de su habitat y la falta de alimento para los animales.

**L2** : Y esto realmente debería de preocuparnos, ya que de una manera u otra, EL ser humano es el causante, de la desaparición de toda esta biodiversidad de plantas y animales.

**L1** : Tienes razon y para eso todos y todas debemos de tomar conciencia de nuestros actos, ya que la naturaleza no nos pertenece, nos la dieron prestada como herencia para nuestros hijos.

**L1** : Y por supuesto que no queremos ni debemos dejar a nuestros hijos e hijas un planeta con poca variedad de plantas y animales.

**AGUITA PA VIVIR TE RECUERDA: La biodiversidad es muy importante para la vida en nuestro planeta. Muchas especies y ecosistemas están desapareciendo, se están extinguiendo... y por nuestra irresponsabilidad lo cual es muy grave.**

**L2** : Amigos y amigas que estan en la sintonia de la radio Usted se ha preguntado ¿Por qué es tan importante la biodiversidad, por qué es importante que hayan en nuestro planeta una variedad de plantas y animales?

**L1** : Es bueno hacerse siempre esta pregunta y es Porque la naturaleza no encontró mejor forma de sobrevivir a los cambios ambientales. Imagínesse que si todos los seres vivos animales, plantas, el hombre fuésemos iguales, probablemente desapareceríamos frente a cualquier inundación, sequía, o a cualquier forma de contaminación..

**L2** : Para entender mejor. Cuando hay cambios en el ambiente que no son buenos para una especie o ecosistema, generalmente hay otra que se beneficia.

**L1** : Por ejemplo, durante una sequía habrá organismos que no pueden sobrevivir si no tienen mucha agua y por lo tanto mueren pero, gracias a la biodiversidad, hay otros que si y por eso ocuparán el lugar que dejan los primeros.

**L2** : A lo largo de muchos años esto permite que siga habiendo vida en el Planeta aún después de haber sufrido transformaciones muy grandes. Que maravillosa es nuestra naturaleza.

**L1** : Hablando de transformaciones de la naturaleza, se me viene a la memoria algo que ocurrió hace muchísimos años.

#### **FORMATO : DRAMATIZADO. EL ARCA DE NOE**

**LOC 1** : Hace millones de años después que Dios creó la tierra, empezó a existir gente muy mala que hacia daño a la naturaleza  
Entonces busco entre los hombres a alguien bueno y justo que siempre hacía la voluntad de Dios y encontré a Noé :

Noé era un hombre muy bueno que contemplaba la hermosura de la naturaleza y se extasiaba en ella, amaba mucho a los animales y todo lo creado. pero sobre todo Noé amaba a Dios.

Entonces Dios al encontrar en el un hombre bueno y obediente le ordeno:

**Voz de Dios:** “**Construye una barca bien grande donde quepa tu y tu familia y muchos animales porque yo voy a cubrir de agua toda la tierra y arrasar con todo lo malo**”

**LOC 1** : Noé y su familia obedecieron y construyeron una enorme embarcación con muchos cuartos y que se llamó el Arca de Noé, una vez terminada Noé guardo muchas semillas y alimentos además de parejas de machos y hembras de todos los animales que hay en el mundo para que queden con vida igual que su familia. Y así todos se embarcaron en ella...en ese momento Dios cerro la puerta.

De pronto se oyeron caer las primeras gotas de lluvias llovió tanto que el barco de Noé empezó a flotar y el mundo entero se inundo hasta las cimas de las montañas se cubrieron pero Noé y todos los que estaban con el en el arca navegaron a salvo porque habían obedecido a Dios

**CONTROL** : Canción de el Arca de Noé. Duración 2' 22"

**SPOT** : **Estas Ecuchando Aguita pa Vivir.**

**L1** : Este pasaje bíblico nos lleva a la reflexión, que Dios quiso tener siempre una gran variedad de los seres vivos.

**L2** : Hay que tener bien presente que Dios nos ama mucho, por eso nos dio una gran biodiversidad de animales y plantas que en muchos de los casos sirve para nuestra alimentación, y para curarnos de algunas enfermedades.

**AGUITA PA VIVIR TE DICE : La Biodiversidad, es muy importante para todos los hombres y mujeres, no sólo porque les permite disfrutar mejor de la naturaleza sino también porque en los animales y plantas de nuestro planeta están los materiales necesarios para fabricar alimentos, medicinas y muchas cosas más.**

**P1** : Sabemos que importante es la Biodiversidad, entonces nuestra misión es contárselo a ustedes amigos y amigas que estan en la sintonia de la radio.

**P2** : y ustedes deberán , contárselo a sus familiares a sus amigos, o a los que quieran. Pensemos que si somos más las personas que protejamos las especies aseguraremos nuestra biodiversidad..y mejoremos nuestro medio ambiente..

**P1** : Pero también hay que tener presente que muchos de los animales y plantas han desaparecido por la falta de agua.

**P2** : Y la falta de agua es porque los hombres y mujeres no usamos bien este recurso de vida.

**P1** : No hay que olvidar que la falta de agua tiene mucho que ver con la deforestación o la quema de los árboles.

**P2** : Pero porque dices que si cortamos los árboles estamos impidiendo que haya mas agua.

**P1** : Porque si te das cuenta, donde hay presencia de árboles ¡hay más vegetación que en los sitios donde no los hay!. Y es porque los árboles captan la mayor cantidad de agua que viene de las lluvias.

**P2** : Será por eso que ahora mucho se escucha hablar de la forestación, reforestación y deforestación.

**P1** : Claro que si. Pero cual es la diferencia entre estos términos?.

**P2** : Precisamente para esto tenemos con nosotros un invitado:\_\_\_\_\_ el como especialista nos ayudará a diferenciar estos términos, y además nos hablará de algo que me pareció muy curioso y es la cosecha del agua.

**AGUITA PA VIVIR TE PREGUNTA: tu sabias que el agua también se cosecha.**

**CONTROL : ENTREVISTA A ESPECIALISTA.**

**¿Cuál es diferencia entre forestación, reforestación, y deforestación?**

**¿Que consecuencias trae la deforestación?**

**¿Porque es importante la forestación?**

**¿Se puede reforestar con cualquier tipo de plántones o hay algunos especiales para este fin?**

**¿En que consiste la cosecha del agua?**

**P1** : Después de haber despejado nuestras dudas. Aquí en Aguita pa vivir te presenta a Joyitas del ángel y trabaja. Entonces a trabajar y a bailar con la naturaleza.

**CONTROL** : Tema musical: Joyitas del ángel Trabaja

**CONTROL** : **SPOT AGUITA PA VIVIR**

**P2** : Continuamos en aguita pa vivir, recordandoles a todos y a todas que hacemos mucho daño al Medio Ambiente si cortamos Y quemamos los árboles.

**P1** : Y para que nos quede más claro, Escuchemos.

**CONTROL : Formato**

**Árbol 1:** Cada día nos vamos quedando menos compadre, ¿De tantos árboles que eramos ahora fijate cuantos quedamos?

**Árbol 2:** Somos contaditos los que todavía sobrevivimos. Y rogando que no se aparezcan los cortadores de leña, o algunas malas personas que causan los incendios forestales, o los comerciantes de madera para que nos desaparezcan.



**Árrol 1:** Es que acaso no saben lo importanteS que somos y el daño que causan al medio Ambiente.

**Árrol 2:** Y el daño que se hacen ellos mismos, ya que si nosotros no existimos, el agua cada vez va a ser mas escasa hasta para ellos.

**Árrol 3:** Silencio, silencio, se acercan, allí vienen nuevamente con esa motosierra que tanto dolor de cabeza me hace tener, rogemos para que no nos corten.

**P1 :** Conociendo ahora mucho sobre las consecuencias de nuestros actos frente al medio ambiente ¿Seremos capaces de continuar así?

**P2 :** Nos imaginamos que no, ya que esos actos irresponsables sucedidos hasta el día de hoy ya nos están afectando.

**AGUITA PA VIVIR TE DICE: actuemos con responsabilidad frente a la creación que es un don de dios.**

**P1 :** Y con ese compromiso por parte de nosotros y todos ustedes nos despedimos.

**P2 :** Hasta mañana en otro programa mas de Aguita pa vivir.

**P1 :** Nos vemos Mary y a todos los amigos y amigas que nos escuchan cuidense mucho.

**P2 :** Hasta mañana.

**PROGRAMA SOBRE VIGILANCIA CIUDADANA  
DE LA  
CALIDAD DEL AGUA  
PRODUCCION: CHAMI RADIO 1140 AM**

**PROGRAMA SEIS/CONDUCCION A DOS VOCES/**

**L1 :** Muy buenas tardes a todos y a todas ya estamos como de costumbre para compartir con ustedes aguita pa vivir. Hola Mary.

**L2 :** Hola Fernando. Esperando que todas y todos nuestros amigos oyentes hayan pasado un bonito fin de semana, y que hayan reflexionado con los temas que tratamos la semana pasada aquí en **AGUITA PA VIVIR**.

**L1 :** Bienvenidos y Bienvenidas esto es **AGUITA PA VIVIR**. Con la finalidad de tomar conciencia sobre uno recurso muy importante, valioso y escaso como es: EL AGUA

**L2 :** De allí el nombre del programa **AGUITA PA VIVIR**, la semana pasada hablabamos de lo importante que es EL AGUA, pero el agua no es el único recurso que todos nosotros debemos de cuidar; sino todo nuestro medio ambiente.

**L1 :** Y el medio ambiente, es toda la naturaleza, las personas y la manera como nos relacionamos con ella y por supuesto cuidando toda la biodiversidad que tenemos.

**L2 :** Pero Fernando, para el cuidado de nuestro Medio Ambiente es necesario que todas y todos los pobladores de un lugar cuiden sus recursos y además puedan generar su propio desarrollo; y no esperar que otras personas de otros lugares vengán a hacerlo por ustedes.

**L1 :** Tienes razón porque la idea es tener una mejor calidad de vida. Y no lo lograremos si el planeta esta contaminado y los recursos naturales cada día son más escasos.

**L2 :** Pero para eso nosotras las personas jugamos un papel importante.

**L1 :** Usted señora, señor que escucha la radio habrá escuchado más de una vez hablar sobre el desarrollo sustentable.

**L2 :** Y que significa ¿Desarrollo Sutable? Para Ud.

**L1 :** Mejor nos vamos a la calle a preguntar, que dice la gente.

**L2 :** Que les parece. Vamos.

**CONTROL :** **QUE DICE LA GENTE LANZA VOX POP/**

## DESPUES DE VOX POP VA TIP: AGUITA PA VIVIR.

**L2** : Por lo que hemos escuchado, todavía no hay un concepto claro de lo que es el Desarrollo Sustentable.

**L1** : Tal vez porque solamente hemos escuchado hablar, pero no hemos prestado mucho interés a lo que significa.

**L2** : Y no solamente eso sino, saber también lo importante que es el Desarrollo Sustentable y cual es el papel que nos toca a todos y a todas.

**L1** : En los programas anteriores de **AGUITA PA VIVIR**, hemos hablado del Medio Ambiente, y de la preocupación que hay por la naturaleza.

**L2** : Y no solo de la naturaleza sino también de las personas que somos muy importantes. Y claro buscando una interrelación.

**EFECTO:** SONIDO DE MAQUINARIA DE FÁBRICA

**EFECTO:** GENTE RECLAMANDO.

**LOC 1:** HASTA CUANDO TENDREMOS QUE SOPORTAR ESTOS RUIDOS DE ESTA FÁBRICA Y QUE NO ES LO ÚNICO, SINO LO QUE ES PEOR ESTA CONTAMINANDO NUESTRO MEDIO AMBIENTE.

**LOC 2:** QUE SE VAYAN, QUE SE VAYAN

**LOC 3:** NO LOS QUEREMOS, VAYANSE.

**LOC 2:** ESAS SUSTANCIAS QUE UTILIZAN SON DAÑINAS PARA NUESTRA SALUD. FUERA.

**EFECTO:** BULLA RECLAMANDO QUE SE VAYAN.

**LOC 3:** QUE EL GOBIERNO CIERRE LA FÁBRICA

**LOC 4** : ESA TAMPOCO ES LA SOLUCIÓN, SI CIERRAN LA FÁBRICA MUCHAS FAMILIAS SE QUEDARÁN SIN TRABAJO.

**LOC 3:** TIENES RAZON Y LA POBREZA TAMBIÉN CONLLEVA A ENFERMEDADES, Y HAMBRE.

**LOC 2:** Y ENTONCES QUE, DEBEMOS DE SEGUIR SOPORTANDO TODA ESTA CONTAMINACIÓN.

**LOC 4:** LO QUE DEBEMOS HACER ES PEDIRLE A LA FÁBRICA QUE SEA MAS RESPONSABLE CON LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA.

Hay quienes creen que hay que proteger a los animales o a las plantas sea como sea. No es que su tarea esté mal sino que hay que entender dos cosas que tu ya sabes: 1) las personas son parte importante del ambiente y 2) en el ambiente todas las cosas están interrelacionadas.

Por ejemplo, imagínate que una industria está contaminando mucho y no hace nada para evitar que las sustancias peligrosas que desecha afecten al ambiente (¡¡natural y social!!).

Algunos ambientalistas pensarán que la mejor alternativa es pedir al gobierno que cierre esa fábrica. Lo que pasa es que eso también afecta al ambiente porque entonces habría cientos de familias sin trabajo. Y no sólo esto es socialmente muy malo sino que también la pobreza lleva a enfermedades, hambre y más deterioro de nuestro entorno.

¿Pero qué pasa si buscamos otra solución que proteja a la comunidad, a la naturaleza y a la vez evite que esa industria se cierre? Ahí habremos conseguido algo verdaderamente bueno. No siempre esto es posible porque a veces hay empresas que son muy irresponsables y ponen en riesgo la salud de la población a cambio de tener más dinero, pero siempre hay que TRATAR de lograr un equilibrio. Además, cada día contamos con más y más experiencias que nos muestran los beneficios del desarrollo sustentable.

También hay quienes creen que hay que volver a vivir como antes para no consumir tanto. Imagínate que hasta hace pocos años no era común que una familia tuviera lavarropas, secarropas, automóvil, licuadora, freezer, etc. Las cosas eran bastante distintas y muchas veces esto hacía que se deteriorara menos el ambiente.

Pero resulta que las personas no están dispuestas a volver a vivir como en el pasado porque también gracias a los avances de la ciencia y la tecnología es que vivimos generalmente más años, menos niños mueren de enfermedades infecciosas, se ha logrado en muchos casos un

mayor confort, etc. (aunque recuerda que muchos nunca reciben estos beneficios). Es decir que algunos de los cambios son buenos y otros no pero no creemos que volver atrás sea la alternativa.

Sin embargo, también está el otro extremo. Hay gente que vive como si tener mucho fuera lo mismo que ser feliz y lo cierto es que no es así. Hay gente que tiene mucho dinero y sufre muchísimo y, de la misma forma, hay gente que materialmente no tiene nada pero es tremendamente rica.

La cuestión es que en todo este lío hubo gente que se sentó a pensar como hacer para que tuviéramos un futuro mejor sin tener que vivir como en el pasado... En el que el crecimiento económico tuviera importancia pero no lo fuera todo... Un futuro en el que la gente importase y la naturaleza fuera respetada... ¿Y sabes qué se les ocurrió?

**L2** : Como hemos escuchado, pocos son los recursos que hoy en día no alcanzan, pero miremos a nuestro alrededor, ¿Cuál es el recurso natural más urgente que tenemos que cuidar?

**L1** : Nos imaginamos que ustedes amigos y amigas oyentes están pensando lo mismo que nosotros.

**L2** : Si claro es el AGUA. Entonces empecemos por el AGUA.

**L1** :

los recursos muy importantes nuestra audiencia debe estar preguntándose para qué presentamos este programa **AGUITA PA VIVIR**,

**L2** : Les contaremos, Mary, que este programa nace para que todas y todos podamos tener conciencia sobre un recurso tan importante, valioso y escaso como es EL AGUA.

**L1** : Somos conscientes de que hay un problema con el agua. Pero para entender el problema del agua debemos preguntar por el conjunto, es decir, por el medio ambiente.

**CONTROL** : **SPOT: AGUITA PA VIVIR TE PREGUNTA ¿QUE ES EL MEDIO AMBIENTE?**

**L1** : Fernando, para que podamos hablar sobre el agua, ¿te has puesto a pensar que el agua no es el único recurso que existe?

**L2** : Así es, Mary. Muchas personas ponemos atención al agua, sin tomar en cuenta otros elementos como el suelo, el aire, los ríos, los arroyos, e incluso nosotros mismos y la relación que tenemos con todos los recursos naturales que nos rodean.

**L1** : Y cuando tu mencionas todos esos recursos se me viene a la memoria algo que hemos escuchado mucho y es Medio Ambiente.

**L2** : Exacto, Mary. Y a propósito de eso te has dado cuenta que el agua es un elemento integrador del paisaje. ¿Y por qué decimos integrador? Porque en torno a ese recurso gira todo el medio ambiente.

**L1** : Es decir, con el agua se permite la presencia de todas las plantas que tenemos, con la presencia de agua es posible la existencia de toda clase de animales. Es más hasta condiciona la existencia de los pobladores de una comunidad. ¿Tu vivirías en un lugar donde no hay agua?

**L2** : Ahora que lo mencionas eso sería imposible. Además la falta de agua no permitiría la vida de plantas y animales.

**L1** : Creo que junto a ustedes amigos y amigas oyentes ya podemos entender de que el agua es un elemento integrador del paisaje, porque permite la existencia de todos los seres vivos de un lugar. Y a todo ese paisaje y a todo ese lugar se le llama: Medio Ambiente.

**L2** : Osea que para poder hablar sobre el problema del agua, debemos entender qué es el medio ambiente.

**L1** : Y ¿que dirá la gente sobre el medio ambiente?

**L2** : Facil vamos a la calle a preguntar.

**L1** : ¿usted pensaba lo mismo que los señores y señoras que acaban de hablar? algunos están confundidos sobre lo que es el medio ambiente.

**L2** : Y si bien el agua que tenemos sirve para vivir y beber, antes de poder hacer una vigilancia en torno a la calidad del agua, entendamos primero qué es medio ambiente. ¿Qué te sugiere la frase: Medio Ambiente, Mary?

**L1** : A mí me suena... como... a todo lo que nos rodea, a las condiciones en las que vive una persona o un grupo humano.

**L2** : A que te refieres con eso?

**L1** : Es decir, me refiero, al ámbito cultural, político y económico en el que vive una persona o un grupo humano.

**L2** : A ver, a ver... (música de transición) Que te parece si para comprender un poco más sobre medio ambiente escuchamos lo que hemos preparado aquí en **AGUITA PARA VIVIR**

**CONTROL** : **ENTRA FORMATO/ TIME:2'00" - 3'00"**

**CONTROL** : **SPOT AGUITA PA VIVIR**

**L1** : Por lo que acabamos de escuchar entonces no estoy muy lejos de lo que significa Medio Ambiente.

**L2** : Es verdad, pero has dicho solo una parte de lo que quiere decir medio ambiente. Vamos a mencionar los tres componentes que integran el medio ambiente.

**L1** : El primer componente es todo aquello que se refiere a la naturaleza, es decir, estamos hablando de plantas, animales, ríos, montañas, lagunas, bosques y todo aquello que concierne a los recursos naturales. Y el segundo componente está aquello que tú mencionaste: el grupo humano.

**L2** : Y es este grupo humano, como mencionaba, que crea sus espacios políticos, económicos y culturales. Es decir, es el espacio de las decisiones de una comunidad. Es esa comunidad la que decide cómo vivir, como ser limpios, cómo educarse, cómo explotar sus recursos, cómo generar ingresos para la comunidad.

**L1** : Ya hemos, entonces, mencionado a dos componentes: la naturaleza y el grupo humano. Ahora falta el tercero, que consiste en saber cómo este grupo humano se relaciona con la naturaleza; es decir, cómo explota sus recursos.

**L2** : Entonces, aquí, podemos mencionar a las actividades extractivas, las actividades productivas, los modelos de desarrollo de una comunidad. Son todas las decisiones que asume una comunidad para establecer la manera en la que explotará sus recursos para satisfacer sus necesidades.

**L1** : Ahora sí que nuestras comunidades conocen más acerca del medio ambiente.

**L2** : Porque para conocer sobre el problema del agua, primero es necesario saber qué es medio ambiente:

**CONTROL** : **SPOT RESPONDE PREGUNTA: ENTONCES AGUITA PA VIVIR TE RESPONDE QUE: MEDIO AMBIENTE ES LA NATURALEZA, LAS PERSONAS Y LA MANERA CÓMO NOSOTROS NOS RELACIONAMOS CON LA NATURALEZA. ESO ES MEDIO AMBIENTE.**

**L2** : Y ahora que hablamos de la naturaleza y las personas, sabes Mary, en estos momentos pienso en Dios y en toda la grandeza de su creación, de la cual formamos parte.

**L1** : Es verdad, Fernando. Cuando hablamos de Medio Ambiente entonces nos damos cuenta de las bondades que tenemos alrededor. Y como tú dices, Dios creó todo eso, pero puso en medio de toda esta grandiosa creación al hombre y la mujer.

**L2** : ¿Y sabes por qué nos coloca Dios al centro de toda la creación?

**L1** : Porque nos ama, Dios nos entregó una inteligencia superior para que podamos cuidar y administrar bien todos los recursos que Él creó para nosotros.

**L2** : Y les cuento señor, señora que Dios nos recuerda esa creación divina a través de la Biblia. ¿Sabe usted que la Biblia menciona 1700 veces el tema de la tierra?

**L1** : 1700 veces!!!!... Yo creo que con estas menciones en la Biblia nos está pidiendo que nunca olvidemos su grandiosa obra, y que por sobre todas las cosas, debemos aprender a cuidarlas.

**L2** : Que te parece si después de esta reflexión sobre el medio ambiente, del agua y de la creación de Dios, nos damos un bailecito con la siguiente canción.

**CONTROL : LANZA CANCION**  
**CONTROL : LANZA CUÑA DE REFUERZO DE PROGRAMA**

**L1 :** Ya hemos dicho entonces que el medio ambiente se conforma por las relaciones que existen entre la naturaleza y nosotros Pero debemos prestar atención al segundo factor que es: el ser humano.

**L2 :** Sí, Fernando. La naturaleza es la casa del hombre y de la mujer. Pero qué actividades hace ese hombre y esa mujer en esa casa, es decir, qué hacemos con la naturaleza

**L1 :** Por ejemplo, si yo estoy en mi casa, yo sé cuántas veces aseo mi casa. Yo decido si en mi casa hay plantitas o mascotas. Yo veo si pinto mi casa o no. Y seré yo quien decida si quiero cocinar con leña o con kerosene. Yo decido todo eso.

**L2 :** Y has dicho una cosa muy importante: decidir. A esas decisiones la podemos llamar políticas. En una comunidad se establecen políticas que van a tener influencia en el medio ambiente que vivimos.

**L1 :** Si por ejemplo, en la comunidad donde vivimos, vemos que quienes tienen una casa automotriz dejan que la grasa del carro se derrame por las calles y llegue al río, sería una señal de cómo estamos tratando al lugar donde vivimos.

**L2 :** O si por ejemplo, vemos que los comerciantes del mercado que venden pollos o pescados y arrojan las vísceras o tripas a las quebradas, o que la comunidad tenga la mala costumbre de botar la basura a las calles, al río o lo que es peor, de quemar la basura. Todo eso es señal de que no sabemos vivir adecuada y saludablemente.

**L1 :** Y todas esas cosas, entre otras más que vemos en nuestras comunidades, atentan contra el medio ambiente. La naturaleza es nuestra casa, entonces la pregunta es: ¿cómo vivimos en nuestras comunidades?

**L2 :** De ahora en adelante sería bueno fijarnos en todo lo que hacemos en nuestras comunidades.

**CONTROL : SPOT - AGUITA PA VIVIR TE RECUERDA: LA MANERA COMO VIVAS EN TU COMUNIDAD, ES LA MANERA COMO TRATAS EL MEDIO AMBIENTE DONDE VIVES.**

**L1 :** Oye, que bonita conclusión, verdad. Si en mi comunidad todo el mundo ensucia, eso quiere decir que nadie cuida el medio ambiente. Si somos capaces de quemar basura, entonces ¿cómo podremos cuidar el medio ambiente?;

**L2 :** Por eso es que nosotros ahora queremos decir a toda nuestra audiencia que aplique una herramienta valiosísima, como es, LA OBERVACION.

**L1 :** Para saber cómo cada miembro de tu comunidad cuida el medio ambiente debes primero observar, detenidamente, de qué manera cuidan la ciudad, las calles, el caserío, el río cómo usan el agua, cómo preservan los bosques. Tienes que observar todo. Mucho ojito

**L2 :** Mira que: La manera como vives en tu comunidad, es la manera como tratas el medio ambiente donde vives, se ciñe básicamente a las costumbres culturales que tiene una comunidad, a la educación que reciben. Pero hay que considerar una cosa más.

**L1 :** Ah ya se cuál es?.. si ya hemos hablado de la naturaleza, del ser humano y sus costumbres, entonces ahora la pregunta es: de qué manera una comunidad usa sus recursos naturales, es decir, cómo las explota.

**L2 :** Claro que sí. Aquí por ejemplo, hablamos de todas las actividades extractivas, las actividades productivas, los modelos de desarrollo económico de una comunidad.

**L1 :** Es como decir: tenemos madera, agua, bosques, plantas medicinales y la comunidad se pregunta cómo los empleamos. Y es ahí cuando vienen las decisiones política y económicas. La manera como la comunidad organiza su espacio, para satisfacer sus necesidades.

**L2 :** Si la comunidad decide talar árboles o sea cortarlos para tener más campos de cultivo, eso forma parte de su modelo de desarrollo; o si quieren extraer los minerales que hay en el subsuelo, también es parte de la decisión de una comunidad.

**L1 :** Entonces ya podemos darnos cuenta del importante rol que cumple el ser humano en su relación con la naturaleza. El ser humano es quien transforma todo.

**L2** : Y para darnos cuenta de cómo vivimos los miembros de una comunidad es preciso OBSERVAR y yo diría que es necesario realizar una cosas. No solamente observar sino también DIALOGAR.

**L1** : Con el diálogo podemos conocer e intercambiar opiniones con las demás personas que conforman nuestra comunidad. Por ejemplo, que a través del diálogo, podamos ver que quizás existe un sobre pastoreo en nuestras tierras.

**L2** : Y si eso existe estamos depredando , destruyendo la riqueza de nuestro suelo. Por eso es importante DIALOGAR.

**CONTROL** : **SPOT: AGUITA PA VIVIR TE RECUERDA: PARA CONOCER MAS EL MEDIO AMBIENTE DONDE VIVIMOS ES NECESARIO: OBSERVAR Y DIALOGAR. OBSERVAR NOS PERMITE CONOCER EL PAISAJE QUE NOS RODEA Y LA MANERA COMO NOS RELACIONAMOS CON EL MEDIO AMBIENTE. Y EL DIALOGO, PARA SABER DE QUÉ MANERA USAN, LAS DEMAS PERSONAS, LOS RECURSOS NATURALES QUE TENEMOS.**

**L1** : Y ya estamos llegando a la parte final de nuestro programa **AGUITA PA VIVIR**. Y la verdad que ha sido muy interesante saber de que el agua no es el único elemento que debemos tomar en cuenta.

**L2** : Te cuento, Mary, que cuando la Pontificia Universidad Católica desarrolló varios talleres con los campesinos y campesinas de las cuencas de Perejil, Chuyugual y Caballo Moro se les pidió que realizarán dibujos y que colocaran los elementos que veían en su medio ambiente. Muchos dibujaron casas o fuentes de agua. Pero no dibujaron casi nada de las actividades humanas que se realizan en sus comunidades, como por ejemplo, el comercio, el pastoreo, el transporte... que como ya hemos visto son elementos que también forman parte de nuestro medio ambiente.

**L1** : Es verdad y nuestro medio ambiente lo conforma: la naturaleza

**L2** : Que es la casa donde vivimos los seres humanos

**L1** : El medio ambiente también es el ser humano y sus actividades

**L2** : Es decir, todas nuestras actividades como pastoreo, agricultura, si botamos o quemamos basura, si tiramos los desperdicios a los ríos, si tálamos árboles

**L1** : Y también es medio ambiente la relación que tenemos nosotras las personas con la naturaleza.

**L2** : Es decir, es la manera cómo explotamos nuestros recursos pra satisfacer nuestras necesidades.

**L1** : Y la mejor manera para poder conocer nuestro medio ambiente es a través del diálogo y la observación.

**L2** : Ver todo lo que tenemos y las cosas que hacemos en nuestra comunidad nos permitirá conocer cómo nos relacionamos con nuestro medio ambiente. Y el dialogar nos permitirá saber la manera cómo cada miembro de nuestra comunidad se relaciona con nuestros recursos.

**L1** : Así que ya lo saben, amigos y amigas, el agua es importante. Y sabemos que nuestras comunidades tienen problemas de agua. Es necesario vigilar el agua. Pero el agua solo es un elemento más de nuestro medio ambiente.

**L2** : No solamente debemos enfocarnos en el agua. Debemos reconocer todo nuestro medio ambiente y la manera como nos relacionamos con él.

**L1** : Esto ha sido todo y nos vemos en una nueva edición más de...

**L1 - L2** : **AGUITA PA VIVIR.**

**CONTROL** : **LANZA CARACTERISTICA DE DESPEDIDA**

Nº 4 Parrilla de programación Chami Radio actualizado al 2013

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
3:55 - 4:00 am.	<b>Inicio de Programación: Himno Nacional, Cuña de inicio, Oración de la mañana</b>						
4:00 - 5:00 am.	CANTA GALLITO (ROLANDO)				CAMINO AL PUEBLO (FERMIN)		
5:00 - 5:03 am	LA TOTALÍSIMA DE LA SEMANA						
5:03 - 5:30 am.	CANTA GALLITO (ROLANDO)				CAMINO AL PUEBLO (FERMIN)		
5:30 - 6:00 am.	EDUCACIÓN EN MARCHA (CONTROLES JUNIOR)				CAMINO AL PUEBLO (FERMIN)		
6:00 - 6:02 am.	ANGELUS						
6:03 - 6:30 am.	EDUCACIÓN EN MARCHA (CONTROLES JUNIOR)				CAMINO AL PUEBLO (FERMIN)		
6:30 - 7:30 am.	CHAMI NOTICIAS I EDICIÓN (EQUIPO DE PRENSA) (CONTROLES: JIMMI)				CHAMI NOTICIAS EDICIÓN SABATINA (MARY y MILTON)		CAMINO AL PUEBLO (FERMIN)
7:30 - 7:35 am.	LA LUZ DE LA PALABRA						CAMINO AL PUEBLO (FERMIN)
7:35 - 8:30 am.	CHAMI NOTICIAS I EDICIÓN (EQUIPO DE PRENSA) (CONTROLES: JIMMI)				CHAMI NOTICIAS EDICIÓN SABATINA CONTROLES: YIMI		EL DÍA DEL SEÑOR (RESPONSABLE TERESA) (CONTROLES SANDRA)
8:30 - 9:00 am.	COMUNICADOS (TERESA)t PADRE VICENTE				COMUNICADOS (ISMENIA)		COMUNICADOS (SANDRA)
9:00 - 9:03 am.	LA TOTALÍSIMA DE LA SEMANA						
9:03 - 10:00 am.	RADIO REVISTA FAMILIAR (RESPONSABLE: ROXANA)				CHIQUITINES (ISMENIA)		TALENTOS DE MI TIERRA (DEYBI)
10:00 - 10:02 am.	MICRO INFORMATIVO				CHIQUITINES (ISMENIA)		TALENTOS DE MI TIERRA (DEYBI)
10:02 - 11:00 am.	RADIO REVISTA FAMILIAR (RESPONSABLE: ROXANA)				RANKING MUSICAL FERNANDO, MARY,		LUÍS ENRIQUE ASCOY CONTROLES; DEYBI
11:00 - 12:00 m.	EL AULA EN LA RADIO (ISMENIA - CO-CONDUCCIÓN: DEYBI)				RANKING MUSICAL FERNANDO, MARY,		MISA DEL PEREGRINO (CONTROLES: DEYBI)
12:00 - 12:03 pm.	ÁNGELUS						MISA DEL PEREGRINO (CONTROLES: DEYBI)

12:03 - 1:00 pm.	<b>CHAMI NOTICIAS II EDICIÓN (EQUIPO DE PRENSA) (CO- CONDUCCION MARY)</b>	<b>MÚSICA PERUANA (ISMENIA)</b>	<b>VIEJITAS PERO JARANERAS (JUNIOR)</b>	
1:00 - 1:05 pm.	<b>LA LUZ DE LA PALABRA</b>			
1:05 - 2:00 pm.	<b>CHAMI NOTICIAS II EDICIÓN (EQUIPO DE PRENSA) (CO- CONDUCTORA: MARYMO)</b>	<b>MÚSICA PERUANA (ISMENIA)</b>		
2:00 - 2:03 pm	<b>LA TOTALÍSIMA DE LA SEMANA</b>			
2:00 - 2:30 pm.	<b>CHAMI COMUNICA (ISMENIA)</b>	<b>VIEJITAS PERO JARANERAS (JUNIOR)</b>	<b>VIEJITAS PERO JARANERAS (JUNIOR)</b>	
2:30 - 3:00 pm.				
3:00 - 3:02 pm.	<b>ORACIÓN MARIANISTA</b>			
3:02 - 4:00 pm.	<b>EN MANCHA (FERNANDO)</b>	<b>VIEJITAS PERO JARANERAS (JUNIOR)</b>	<b>DIGITALIZACIÓN</b>	
4:00 - 4:02 pm.	<b>MICRO INFORMATIVO</b>			
4:00 - 5:00 pm.	<b>EN MANCHA (FERNANDO)</b>	<b>ESTRELLAS DEL FOLKLORE (FERMIN)</b>		
5:00 - 5:03 pm.	<b>LA TOTALÍSIMA DE LA SEMANA</b>			
5:02 - 6:00 pm.	<b>PONCHOS y POLLERAS (DEYBI CO – CONDUCCIÓN ROXANA)</b>	<b>ESTRELLAS DEL FOLKLORE (FERMIN)</b>		
6:00 - 6:03 pm.	<b>ÁNGELUS</b>			
6:03 - 6:05 pm.	<b>MICRO INFORMATIVO</b>	<b>NUESTRA RONDA (CONTROLES: FERMIN)</b>		
6:03 - 7:00 p.m.	<b>PONCHOS y POLLERAS (DEYBI CO – CONDUCCIÓN ROXANA)</b>			
7:00 - 8:00 pm.	<b>BUENAS NUEVAS (CENTRO DE FORMACIÓN)</b>			
8:00 - 8:30 pm.	<b>SEÑALES DE AMOR (FERNANDO)</b>	<b>CHAMI TONO (FERMIN)</b>		
8:30 - 9:00 pm.				
9:00 - 10:00 pm.				
10:00 - 10:05 pm.	<b>CIERRE DE PROGRAMACIÓN: ORACIÓN</b>			