

Programa de Radio “Gente de Confiar”, Lima, Perú

Una comunidad auténticamente democrática requiere de canales abiertos de comunicación entre los ciudadanos. El mercado ambulante brinda un escenario natural de intercambio diario entre vendedores y compradores que es necesario para dar lugar a las transacciones, pero los trabajadores en el mercado ambulante a menudo carecen de canales confiables de comunicación entre sí, el público en general y con la comunidad política. En Lima, capital de Perú, los vendedores ambulantes tienen la urgente necesidad de participar en los debates de política pública respecto a sus medios de subsistencia, y han encontrado los canales tradicionales insuficientes para expresar sus propuestas e ideas.

En respuesta a esta necesidad, una ONG local en el Norte de Lima ha desarrollado un programa de radio proyectado para promover el desarrollo emprendedor de comerciantes minoristas y productores en pequeña escala, las actividades de sus organizaciones, y su expresión pública sobre los asuntos de desarrollo económico local. El programa, llamado *Gente de Confiar*, es difundido una vez por semana en una estación de radio local y transmite en vivo a través



El programa de radio *Gente de Confiar* en Lima, Perú involucra a los vendedores ambulantes como corresponsales capacitados.

de un sistema de altoparlantes interconectados en los mercados ambulantes partícipes. Al involucrar a los vendedores ambulantes como corresponsales entrenados, el

programa ha creado un nuevo modo participativo de comunicación de masas para los trabajadores, que tradicionalmente han luchado para hacer oír sus voces.

Estructura y antecedentes de *Gente de Confiar*

Los distritos del norte de Lima son el hogar de miles de comerciantes ambulantes urbanos, pequeños productores y artesanos. Muchos de estos trabajadores se encuentran en grandes grupos centralizados de mercados llamados “conglomerados”, donde ofrecen una gama completa de productos y servicios al público. Aunque los comerciantes dentro de estos mercados tienen la oportunidad de comunicar y compartir ideas a través de sus organizaciones de base, la comunicación entre los mercados supone un gran desafío para los comerciantes que desean tener su sector mejor representado en las discusiones sobre el desarrollo económico local.

Con el financiamiento de Intermón-Oxfam, la ONG peruana Alternativa emprendió *Gente de Confiar* en respuesta a ese desafío. Sus fundadores vieron la necesidad crítica de crear un espacio de reflexión en un formato de medio de comunicación en masa entre pequeños comerciantes, productores, y artesanos para difundir información sobre sus productos y servicios, como también sus logros y propuestas para el desarrollo económico local. Los temas centrales del programa incluyen orientación práctica en administración empresarial; procesos de desarrollo económicos locales; fortalecimiento de las organizaciones y capacidad de liderazgo; promoción de los productos y servicios ofrecidos por comerciantes, productores y asociaciones de carpinteros; normas legales relevantes; asistencia médica preventiva; y entretenimiento musical.



El programa está conectado a los mercados ambulantes a través de enlaces telefónicos en vivo y es transmitido por los altoparlantes de los mercados.

La pre-producción del programa de radio comenzó en Diciembre de 2005, y *Gente de Confiar* salió al aire por primera vez el 14 de Febrero de 2006.

Los fundadores del programa intentan construir un enlace horizontal y participativo con el sector reclutando a los comerciantes en equipos de “Comunicadores Populares”. Los participantes, hombres y mujeres con 35 años o más de edad, asistieron a sesiones de entrenamiento para adquirir habilidades como corresponsales del programa en Mayo del 2006. Estas sesiones prepararon a los Comunicadores Populares para conectar el programa con su audiencia a través de enlaces telefónicos en vivo con los mercados participantes durante el mismo. Así, los corresponsales conducen entrevistas y difunden la

información de los mercados mientras los comerciantes y sus clientes escuchan el programa con el sistema de altoparlantes de éste.

El contenido del programa también proporciona un espacio para el intercambio de información entre los mercados, con el objetivo de fortalecer las organizaciones de los trabajadores e integrarlos en discusiones públicas en cuanto al desarrollo económico local. Una forma de dar presencia a las organizaciones es informando a los oyentes sobre sus proyectos, actividades y esfuerzos para contribuir al desarrollo local. Además, el programa difunde información sobre diversas iniciativas de desarrollo económico local e informa sobre temas de desarrollo económico local que pueden ser colocados en las agendas de las organizaciones de los trabajadores. A través de estos métodos, la información fluye de las organizaciones de los trabajadores hacia la comunidad local y viceversa.

Objetivos de Gente de Confiar

Uno de los factores que motivó el programa de radio fue convertir a los comerciantes de ser comunicadores pasivos a ser comunicadores activos a través de un medio de comunicación *alternativa y popular*. “La comunicación popular” prevé una forma de comunicación que moviliza pequeños grupos para crear canales de expresión que reflejen sus propias características, cultura, historia y tradiciones. “La comunicación alternativa” hace referencia a una forma de comunicación que alcanza con mayor eficacia a comunidades locales y aborda sus preocupaciones

inmediatas a través de vínculos horizontales donde los emisores y oyentes interactúan activamente, más que en los vínculos verticales donde los emisores simplemente transmiten la información a oyentes pasivos.

Construyendo estos objetivos de fondo, los objetivos principales del programa están diseñados para contrarrestar la representación de los medios de comunicación tradicional de los comerciantes ambulantes y otros empresarios de pequeña escala como marginales. Aquellos objetivos tienden a promover a comerciantes individuales y productores, a reforzar sus organizaciones, y a reforzar su presencia en el discurso público. *Gente de Confiar* apunta a promover trabajadores individuales difundiendo información sobre los productos y servicios

que ofrecen, y a abordar temas que contribuyen a su desarrollo empresarial, como técnicas de administración empresarial. Esto procura reforzar a las organizaciones de los trabajadores permitiéndoles intercambiar sus propias experiencias y propuestas. Y esto fomenta la expresión pública de estos trabajadores al ofrecerles un entrenamiento y un vínculo con los medios de comunicación, lo cual es necesario para que sus voces sean escuchadas.

Las sesiones de capacitación para los Comunicadores Populares han ayudado a los vendedores ambulantes a ejercer sus derechos de comunicación y expresión.



Actividades principales y logros de *Gente de Confiar*

Construcción de la Capacidad Individual

Uno de los principales logros de *Gente de Confiar* recae en el desarrollo individual de los participantes. Según muchos trabajadores que tomaron los cursos de entrenamiento para convertirse en Comunicadores Populares, las ventajas principales del programa han sido: constituirse como actores centrales en el proceso de desarrollo, ejercer sus derechos de comunicación y expresión, y facilitar su acceso al sistema de medios de comunicación. Además, muchos comerciantes, en particular las mujeres, han declarado que su experiencia con el programa de radio las ha ayudado a desarrollar su propia capacidad de expresión, y sienten que han encontrado una nueva oportunidad para sentirse realizadas tanto personal como socialmente.

Los logros en la construcción de capacidades del programa no sólo ha alcanzado a los Comunicadores Populares, sino también a los trabajadores que escuchan el programa. El énfasis del mismo en temas relacionados al espíritu emprendedor ha traído orientación práctica a los comerciantes y productores en cuanto a estrategias de ventas, esquemas de ahorro en grupo, técnicas de comercialización y temas similares. Al hacerlo, esto ha ayudado a aumentar el nivel de habilidades emprendedoras en los mercados participantes.



Fortaleza Organizacional

El desarrollo individual de los trabajadores en Comunicadores Populares ha generado una organización más sólida dentro del sector. Estos Comunicadores Populares forman parte de una red más amplia llamada “Red de Comunicadores del Comercio y Producción Popular” la cual fue creada para reforzar todas las formas de comunicación entre los comerciantes ambulantes y los productores de la Lima Metropolitana. Luego del primer año del programa de radio, una serie adicional de talleres se llevó a cabo para integrar más corresponsales y diversificar sus actividades en otra forma de comunicación oral y escrita. Estas actividades incluyen, además de la conducción de *Gente de Confiar*, la preparación de un boletín impreso, la recolección y difusión de información a través de sitios web organizacionales, y el refuerzo de enlaces entre el programa de radio y los sistemas de

Con el tiempo el programa ha incorporado siete conglomerados comerciales, representando a más de 20 organizaciones de vendedores ambulantes y comerciantes de mercado.

altoparlantes en el mercado. A través de estos esfuerzos, las organizaciones de trabajadores y sus respectivos miembros han mostrado un creciente interés en la importancia de la comunicación. Además de ser entrenados como Comunicadores Populares, estos trabajadores han organizado iniciativas para crear boletines electrónicos, establecer centros de información en los mercados, y otorgar mayor importancia a las secretarías de prensa dentro de las organizaciones. Con un énfasis creciente en la comunicación, estas organizaciones están mejor posicionadas para mantener a sus miembros involucrados e informados.

El éxito inicial del modelo de *Gente*



de *Confiar* generó una demanda creciente dentro de los comerciantes ambulantes hacia programas de radio similares producidos en otras partes de la ciudad. Como respuesta a esta demanda, *Alternativa* trabajó con grupos en los distritos del sur y del este de Lima para poner en marcha programas similares –*Contacto Sur* en el sur de Lima, y *Prensa Popular* en el este de Lima – en Agosto de 2007 y Febrero de 2008, respectivamente. Una vez que los tres programas fueron lanzados, los grupos de líderes formados en las tres regiones comenzaron a tener reuniones periódicas a nivel metropolitano para compartir sus experiencias y coordinar temas y campañas para desarrollar en sus respectivos programas radiales.

Desarrollo Económico Local y Acción Comunitaria

Con cuatro años de experiencia, *Gente de Confiar* ha logrado posicionarse exitosamente como un programa conocido orientado al comercio popular y al sector productivo, y el nombre Comunicadores Populares es ampliamente reconocido dentro de los oyentes y del público en general. Con el paso del tiempo el programa ha incorporado siete conglomerados y dos puntos de venta adicionales, representando a más de 20 asociaciones de comerciantes y mercados ambulantes, cuatro organizaciones de pequeños productores y seis

Los mercados ambulantes vinculados a *Gente de Confiar* son capaces de movilizar su infraestructura de comunicación para participar en la acción social.

grupos de artesanos. Estos logros han establecido a los Comunicadores Populares como actores en el Consejo para Desarrollo Económico de Lima del Norte (CODECON), y ha situado sus reclamos en un modelo más inclusivo de planificación de desarrollo en el ámbito público.

Los mercados ambulantes relacionados con *Gente de Confiar* también han movilitado sus infraestructuras de comunicación para trabajar en acción

social. En Agosto de 2007, por ejemplo, un terremoto de magnitud 8.0 golpeó la costa central de Perú, devastando varias ciudades y pueblos al sur de Lima. Usando altoparlantes, boletines y otras formas de comunicación, varios mercados organizaron puntos de colectas para recibir donaciones y contrataron camiones para entregarlos a las zonas afectadas. La demostración de solidaridad y la habilidad para dar beneficios a la comunidad reflejó la voluntad de los comerciantes y productores populares para tomar iniciativa y convertirse en protagonistas del desarrollo en su país.

El futuro de *Gente de Confiar*

Como programa innovador en sus primeros años de funcionamiento, *Gente de Confiar* ha encontrado algunas dificultades que sus conductores esperan superar en el

futuro cercano. Uno de los mayores problemas es la participación irregular en la población objetivo. Esta irregularidad de participación está relacionada con la inestabilidad de las organizaciones de la economía informal en algunos de los distritos objetivos, y una falta de articulación dentro de esas organizaciones. La participación es también desigual a través de los distintos sectores; los comerciantes están muy involucrados en el programa, mientras que los productores y los artesanos están poco representados. Finalmente, ha habido algunas desarticulaciones entre los líderes de la organización que, inicialmente, estuvieron involucrados en el lanzamiento de *Gente de Confiar*. Por esto, un esfuerzo para incrementar y mantener la participación de los miembros de la organización, y un esfuerzo para desarrollar una plataforma común entre las organizaciones y para mejorar la relación entre ellas y el programa radial se tornan necesarios. La sustentabilidad del programa

también depende de un método alternativo de financiación, una vez que culmine el financiamiento inicial. Los Comunicadores Populares y los líderes de la organización involucrados pueden considerar la posibilidad de llevar adelante el programa de radio como una empresa, lo cual requerirá una estructura de administración y un plan estratégico apuntado a alcanzar la sustentabilidad. Además requerirá un esfuerzo significativo para alentar un compromiso con el programa por parte de los participantes y la audiencia. Impulsar el tamaño de la audiencia puede resultar en una experimentación con estaciones de radio con señales más fuertes, de modo que todos los distritos del Norte de Lima puedan ser alcanzados adecuadamente. Alcanzar la sustentabilidad requerirá una mejor coordinación y dedicación entre los Comunicadores Populares y sus organizaciones, pero los involucrados afirmaron un fuerte deseo de llevar adelante el proyecto.

Fotos cortesía de Guillermo Nolasco

Las Notas de organización contienen información sobre estrategias y prácticas de organización en la economía informal. Esta serie tiene como objetivo el apoyo a esfuerzos de organización y a la difusión de mejores prácticas.

Acerca de WIEGO: Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO, por su sigla en inglés) es una red global de acción, investigación y políticas que busca mejorar el estatus de los trabajadores pobres, especialmente las mujeres en la economía informal. WIEGO atrae a sus miembros de organizaciones con base de miembros de trabajadores informales, investigadores y estadísticos que trabajan en la economía informal. Para obtener más información, consulte www.wiego.org.

Acerca de Ciudades Inclusivas: Lanzado en 2008, el proyecto de Ciudades Inclusivas tiene como objetivo fortalecer las organizaciones con base de miembros (OBM) de trabajadores pobres en los ámbitos de organización, análisis de políticas e incidencia, a fin de garantizar que los trabajadores informales urbanos tengan las herramientas necesarias para hacer escuchar su voz en los procesos de planificación urbana. Ciudades Inclusivas es un proyecto de colaboración entre OBM de trabajadores pobres, alianzas internacionales de OBM y de aquellos que apoyan el trabajo de las OBM. Para obtener más información, consulte: www.ciudadesinclusivas.org.

