



VNIVERSIDAD
D SALAMANCA

Instituto de Iberoamérica
Universidad de Salamanca

Tesis que para la obtención del título de Máster en Estudios Latinoamericanos presenta:

Juan Ramos Martín

Bajo la dirección académica de Dr. D. Ángel Badillo Matos

Titulada:

De viejos y nuevos actores.

Cambios en la estructura "alterradiodifusora" boliviana



instituto de iberoamérica
universidad de salamanca

2010

Agradecimientos

Al concluir con un esfuerzo, ya sea más grande o más pequeño, de manera ineludible vienen a la mente las personas o los momentos que durante toda su consecución, ayudaron o surgieron, pero siempre estuvieron ahí para apoyar.

En primer lugar, como no, está ella. Reneé no sólo estuvo durante todo este tiempo a mi lado. Gracias a ti logré concretar gran parte de mi trabajo, mis entrevistas y mis conclusiones. Pero sobre todo te agradezco por mantener mis ilusiones.

A mis padres, como no, mezcla perfecta de certeza, integridad y crítica constructiva. A ellos, en conjunto y por separado, por conseguir que nunca me haya sentido solo. Y a mi hermana, que me sigue ofreciendo la mejor perspectiva de lo que un día no muy lejano fui.

A “la Pili” y a “la Pepi”, por estar. Y especialmente a mi abuelo, porque sin estar, sigue estando.

Como no, a mi familia, germen de todo este trabajo por inculcarme el gran amor que siento hacia América Latina.

Y por supuesto a todos los que en este “periplo” me han ayudado y aconsejado. A Ángel, por su confianza y apoyo, y también por sus consejos. A Constantino, que me acogió como “padre académico” en este país. A Marta, por sus contactos. A Manuel, que de manera altruista se preocupó de encarrilar esta investigación. Y a Paco, por presentármelo. A Karina, por una plática. Y a Gastón, por unas cuantas. A Luís Ramiro, porque a veces las personas te demuestran que cuando alguien merece la pena, no es necesario que lo demuestre, aun cuando puedan hacerlo. A Donato, que aunque el último, me fascinó igual que el primero. Y a José Luís, por la dedicación (y los documentos).

Y en general a todos aquellos de los que sin su ayuda, no hubiese sido posible el pequeño aporte que ahora está comenzando.

Índice

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. ESTUDIO CONTEXTUAL. MARCO TEÓRICO, OBJETIVOS, HIPÓTESIS, METODOLOGÍA Y ANÁLISIS HISTÓRICO.....	3
1. MARCO TEÓRICO.....	3
2. PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS	6
3. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS	7
4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	9
5. DEBATE CONCEPTUAL. DEMARCACIÓN DE LAS DIFERENTES RADIOS	13
5.1. <i>Radio Comunitaria (RC)</i>	13
5.2. <i>Radio Popular (RP)</i>	17
5.3. <i>Otras categorizaciones</i>	19
6. RESEÑA HISTÓRICA DE LAS “ALTERRADIOS” BOLIVIANAS.....	22
6.1. <i>Las radios sindicales mineras: la voz del pueblo desde las profundidades</i>	23
6.2. <i>Las radios educativas católicas</i>	25
6.3. <i>Radios campesinas y comunitarias</i>	28
6.4. <i>Radiodifusión campesina en radios comerciales</i>	29
6.5. <i>Reporteros populares</i>	30
III. ANÁLISIS LEGISLATIVO VIGENTE.....	31
IV. ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LAS REDES	38
1. ONDA LOCAL.....	38
1.1. <i>Historia reciente y formación</i>	38
1.2. <i>Radios miembros</i>	39
1.3. <i>Financiación</i>	40
1.4. <i>Organización</i>	41
1.5. <i>Estructura y coordinación</i>	43

2. RED NACIONAL DE RADIOS DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS (RPOS).....	46
2.1. <i>Historia reciente y formación</i>	46
2.2. <i>Radios miembros</i>	47
2.3. <i>Financiación</i>	49
2.4. <i>Organización</i>	50
2.5. <i>Estructura y Coordinación</i>	51
3. EDUCACIÓN RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL).....	55
3.1. <i>Historia reciente y formación</i>	55
3.2. <i>Radios miembros</i>	57
3.3. <i>Financiación</i>	58
3.4. <i>Organización</i>	59
3.5. <i>Estructura y coordinación</i>	60
V. CONCLUSIONES. DE VUELTA A LOS ORÍGENES DEL CONFLICTO	64
VI. REFERENCIAS.....	75
VII. ANEXOS	78
1. ANEXO I. RADIOS COMUNITARIAS AMPARADAS POR EL D.S. 29.714	78
2. ANEXO II. RADIOS ALIADAS DE ONDA LOCAL	79
3. ANEXO III. RADIOS ALIADAS A LA RED NACIONAL DE RADIOS DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS.	80
4. ANEXO IV. LISTADO DE REPETIDORAS DE PATRIA NUEVA.	81
5. ANEXO V. RADIOS ADSCRITAS A ERBOL. ASOCIADAS Y AFINES	82
VIII. ÍNDICE DE GRÁFICOS E ILUSTRACIONES.....	85
IX. ÍNDICE DE TABLAS	86

I. Introducción

Bolivia. País de los más deprimidos de la región latinoamericana, guarda en su interior experiencias pioneras en el manejo de los recursos, que aunque abundantes, son escasos para la mayoría de la población. Así, en lo que a materia de comunicación se refiere, muestra una especial dedicación, casi desde su introducción al país en 1929, por el sistema radio y sus posibilidades.

En un país con orografías imposibles y demografías y climas tan variados y extremos que lo llevaron a ser incluido entre los países con denominación de “megadiversos”, con índices de pobreza superiores al 60% de la población e índices de indigencia superiores a un tercio de ésta, y un PIB per cápita que supera con poco los 1.720 dólares, situándolo en el puesto 125 mundial, al país “más pobre” de Latinoamérica –con el Caribe, sólo Haití está por detrás- le quedaban pocas alternativas de comunicación además de la radio. Barata, resistente, fácil y cercana, desde finales de los años 40, principios de los 50, las experiencias en radio para el cambio social se vienen dando a través de sindicatos –mineros especialmente-, indígenas y campesinos, grupos confesionales o reporteros populares.

No obstante, desde mediados del siglo pasado hasta ahora, las cosas han cambiado mucho, y si bien la radio no ha perdido la virtud de ser un elemento revolucionario básico, en especial para las clases menos favorecidas, las dinámicas del mundo actual y su inserción en el mundo globalizado del nuevo paradigma del capitalismo cognitivo, hacen necesario reformular ciertos aspectos. Aún así, y viendo el auge de los nuevos medios, los últimos datos muestran la vigencia del medio radio, pues fue una de las tres industrias culturales (IC), junto con la televisión y la telefonía móvil, que logró subir en niveles de acceso per cápita entre los años 2000 y 2004, concretamente un 40,6%, llegando a las 189,7 conexiones por cada 1000 habitantes, sólo por detrás de la telefonía celular (195).

Bolivia, por tanto, es especial. En un panorama de medios privados y comerciales, industrias de la información, la comunicación y el entretenimiento, resulta refrescante observar un panorama plagado de otro tipo de actuación en el terreno hertziano para el cual no sólo ganar dinero es el objetivo. Acciones recientes, como el compromiso informativo de ERBOL durante la “Guerra del Gas” en La Paz en el año 2003, demuestran el porqué del prestigio ganado.

Y es a pesar de su larga y poderosa tradición, que especialmente en esta última década que la comunicación para el cambio social se ha diversificado en Bolivia, y aprovechando, como

no, el auge de las nuevas tecnologías, muchas instituciones y actores sociales del país, con apoyo externo o interno, han apostado por establecer sus propias redes radiofónicas. Más allá del mítico ERBOL, son los casos de Onda Local, red de radios municipales de la Federación de Asociaciones Municipales creada con el apoyo de instituciones como AECID y otras agencias de cooperación; y la Red de Radios de los Pueblos Originarios y la Red Patria Nueva, entregadas las primeras a las comunidades y sindicatos indígena-origenarios y ambas subvencionadas por el gobierno actual. Por otro lado, interesante es ver también cómo, aparte de cuestiones puramente económicas, los tres sistemas de radios, con mayor o menor concentración estructural, presentan niveles de centralidad e interconexión, especialmente a través del internet y el satélite, lo cual les permite establecer ciertos patrones de actuación similares en el aumento de la dependencia por parte del núcleo.

Por último, como dato a tener en cuenta, existe desde el año 2004 lo que se podría denominar una “nueva legislación”, que comienza con la aprobación de un decreto (posteriormente abrogado), y sigue más recientemente con los textos aprobados desde el 2006 en adelante, especialmente el Decreto Supremo 29.174 de 2007 sobre Telecomunicaciones en Áreas Rurales, con lo que se observa en la clase política boliviana un interés, no sólo actitudinal, sino también legal, por la radiodifusión comunitaria y su regulación, lo cual puede encerrar, a su vez, fuertes intereses políticos e ideológicos en su formulación y aplicación.

II. Estudio Contextual. Marco teórico, objetivos, hipótesis, metodología y análisis histórico

1. Marco teórico

Indudablemente, la tesina está impregnada en todo su carácter por las enseñanzas y las técnicas brindadas por los estudios de economía política crítica en comunicación. Para concretar aún más, en la definición de uno de los grandes teóricos de la economía política, como es Mosco, ésta trata el

“estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación. [...] Centrado en describir y examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación” (Mosco, 2006: 59,67).

A partir de esta definición, se desarrollará un exiguo recorrido por las diferentes corrientes.

Varias son las escuelas dentro de las corrientes de economía política de la comunicación, influida cada una de ellas por distintas escuelas de análisis. Según el propio Mosco, se pueden distinguir claramente tres escuelas con características diferenciadas.

Así, primero se encuentra la escuela norteamericana, desplegada principalmente por dos autores, el canadiense Dallas Smythe y el estadounidense Herbert Miller. Profundamente influida en sus inicios por las enseñanzas del economista Robert A. Brady, quien en tiempos del fascismo desarrolló un análisis convincente de las nacientes prácticas económicas y culturales autoritarias, este proyecto se traspasó a los dos anteriores académicos. Influencia profunda aún hoy en día, sus teorías comenzaron a imponerse hace ya 50 años.

Inspirados tanto en la tradición institucional como en la marxista, su trabajo se centró “más explícitamente por un sentido de la injusticia acerca de que la industria de la comunicación” (Mosco, 206:63), quien se ha convertido en parte primordial de un orden corporativo mayor que es “tanto explotador como antidemocrático”.

La investigación europea, menos ligada a figuras, ha estado principalmente interesada en integrar la investigación en comunicación con las teorías neo-marxistas e institucionales. Autores como Garnham, o Golding y Murdock, han puesto énfasis en el poder de clase. A partir de la tradición de la Escuela de Frankfurt y del trabajo de Raymond Williams,

“documenta la integración de las instituciones de comunicación, principalmente empresas y autoridades legisladoras estatales, dentro de la economía capitalista, y la resistencia de las clases y movimientos subalternos, reflejados principalmente en oposición a las prácticas estatales neoconservadoras” (Mosco, 2006:63).

Por otro lado, está la vertiente que pone en primer plano la lucha de clases, principalmente guiada por el investigador Armand Mattelart, recurriendo a varias tradiciones, entre ellas la teoría de la dependencia, “para entender la comunicación como uno de los recursos principales de resistencia al poder” (Mosco, 2006:63). Desde esta perspectiva, otros académicos, como Bernard Miège y Peter Waterman han podido poner en práctica ejemplos de dicha resistencia.

En el Tercer Mundo, por su parte, una parte importante se produce en respuesta de las teorías desarrollistas puestas en marcha desde el otro polo, las cuales equiparaban al crecimiento de los medios con la fórmula para la modernización económica, social y cultural del Tercer Mundo, posicionándose los primeros en contra de dicho determinismo tecnológico y la falta de interés por las relaciones de poder. Inspirados en las corrientes Neo-marxistas internacionales, incluida, por supuesto, la teoría de la dependencia, autores como Jusawalla, Zhao o Pendakur se interesaron principalmente en las relaciones que moldean las dinámicas entre el primer y el tercer mundo, así como las relaciones de clase entre y dentro de sus territorios.

En este brevísimo recorrido, pues, quedan claras las particularidades de lo que la investigación en economía política de la comunicación es. Al menos, en palabras de otro gran teórico como es Tremblay, se puede sincretizar en una reflexión:

“Para la Economía Política de la Comunicación —corriente de pensamiento en la que se reúnen la mayor parte de los investigadores que han elaborado la teoría de las industrias culturales— las industrias de la cultura, de la información y de la comunicación no pueden analizarse y tratarse únicamente a partir de los modelos clásicos de la economía industrial, dadas las particularidades propiamente económicas de estos sectores, desde luego, pero también y sobre todo a causa del papel que esas industrias tienen en la vida cultural, social y política de un país. Los media, debemos repetir a pesar de lo evidente de la cuestión, no son sino productores y difusores del entretenimiento. Son igualmente fuentes de información y lugares de elaboración de la opinión pública” (Tremblay, 2006:223).

Así, la repercusión de dichos *media* en la vida especialmente política del país es especialmente destacable. En este sentido (Segovia, 2001:15) es fundamental el “contra” papel que desempeñan los grupos y movimientos sociales, conscientes del problema y deseosos de un cambio.

“Se requiere un esfuerzo a gran escala para lograr el cambio del control político y económico actual, de corporativo y privado a la participación pública y la responsabilidad social. La independencia política va ligado a la independencia económica, y ésta a la autonomía informativo-cultural”.

Esto precisamente es lo que se pretende averiguar: si las redes radiodifusoras de las que se ocupa el estudio, en busca de una autonomía económica que les proporcione las demás libertades anexas al control de la propiedad y los recursos, procuran objetivos totalmente distintos a los de las industrias culturales, pero aprovechan las ventajas propias de la concentración, tanto económicas (reducción de costes), como políticas (diálogo privilegiado).

A través de un desarrollo posterior del debate tanto de las teorías desarrollistas como de aquellas insertas en “la dependencia”, nace la comunicación para el cambio social, muy cercanas especialmente a la temática del estudio.

Influenciada como una especie de respuesta a ambas teorías, en el concepto viene inscrita la verdadera concepción de dicha tradición: “en las comunidades afectadas entienden mejor su realidad que los “expertos” ajenos a ellas” (Gumucio y Tufte, 2008:22). En realidad, las fuerzas impulsoras (Gumucio y Tufte, 2008:24) de este cambio se pueden sintetizar en siete puntos:

1. La sostenibilidad de los cambios se asegura cuando las personas y comunidades se apropian del proceso de comunicación y sus contenidos.
2. Es horizontal y fortalece los vínculos comunitarios, al amplificar las voces de los empobrecidos.
3. Las comunidades deben ser protagonistas de su propio cambio y administrar sus herramientas.
4. Fomenta el diálogo en igualdad, el debate y la negociación desde dentro de las comunidades.
5. Los resultados, además del individual, deben tomar en cuenta normas sociales, políticas actuales, la cultura y el contexto de desarrollo en general.
6. Busca fomentar la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la voz y el empoderamiento de la comunidad.
7. Rechaza el modelo lineal de la transformación de información desde un emisor central a un receptor individual, fomentando por el contrario el proceso de interacciones centradas en el conocimiento compartido y la acción colectiva.

Por lo tanto, los medios dedicados a la defensa de estas bases deben mantener criterios definidos en los temas de: lengua y pertenencia cultural, generación de contenidos locales,

uso de tecnología apropiada, redes y convergencia. Es especialmente en éste último punto que esta investigación toma como base, al apuntarse que

“los procesos de comunicación que se aíslan, que no establecen un diálogo con experiencias similares, tienen menos probabilidad de crecer y ser sostenibles. La comunicación para el cambio social promueve el diálogo y el debate, no sólo dentro de la comunidad, sino también en relación con otros procesos similares, ya que el establecimiento de redes contribuirá al fortalecimiento de los procesos” (Gumucio y Tufte, 2008:25).

Es por consiguiente pertinente conocer si las redes objeto de este estudio, pueden enmarcarse dentro de lo que, idealmente, constituyen medios para el cambio social.

2. Planteamiento de los objetivos

Una vez planteada los paradigmas de base concernientes al estudio, queda ofrecer los objetivos que guiarán esta investigación.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar los cambios generados durante la última década en las estructuras radiofónicas de las redes asociativas comunitarias y populares en Bolivia.

El periodo temporal seleccionado se ajusta a la primera base legal (1999) para el reconocimiento de la radiodifusión “comunitaria”, concretamente con el compromiso adquirido mediante la firma del Convenio Interinstitucional por la antigua Superintendencia de Telecomunicaciones (SITTEL) de dotar de un reconocimiento legal a las “radios comunitarias” a cambio de la donación de servicios de capacitación por parte de la Universidad Católica Boliviana (UCB).

Aún así, el presente trabajo no sólo se centra en el propio cambio, sino que procura desglosar los siguientes aspectos estructurales y programáticos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- **Conocer si las radios pertenecientes a estas redes siguen las dinámicas de concentración actuales inscritas especialmente en el sector de las industrias culturales.**
- **Describir qué tipo de alianzas se dan entre las radios de las diferentes redes: tecnológicas, programativas, económicas, estructurales,...**
- **Identificar si la “nueva legislación” sobre telecomunicaciones y radiodifusión en áreas rurales ayuda a la concentración o muestra alguna obligación legal de interconexión.**

- **Analizar los diferentes factores y las interrelaciones que puedan conllevar un cambio de estructuras: económicos, tecnológicos, políticos,...**

3. Planteamiento de la hipótesis

Inspirada por los mencionados objetivos de investigación, la tesis acumula esfuerzos en una hipótesis principal y general encaminada a un tipo de causalidad positiva múltiple. En concreto:

HIPÓTESIS PRINCIPAL

“La retirada de subvenciones externas como modo de financiación sumado a la reciente aprobación de una legislación centrada en la creación de radios comunitarias en áreas rurales trae como consecuencia tanto la creación de nuevas redes de radios alternativas como la adjunción de éstas a otras ya activas a modo de subsistencia y empoderamiento”.

Esta hipótesis parte genéricamente de la reestructuración internacional que se está produciendo en las industrias dedicadas al mercadeo del capitalismo cognitivo, uno de cuyos rasgos más significativos es la concentración empresarial, pero se centra más concretamente en las dinámicas sociopolíticas inscritas en el país andino los últimos años y en las redes “altermediáticas”, que como se verá más adelante, no se inscriben en su totalidad a estas corrientes.

Debido a la especial retirada de fondos confirmada por las organizaciones radiales territoriales (especialmente ALER) y a la históricamente deficiente regulación de un sector con una importancia mayúscula en el devenir mediático de Bolivia, plegada ahora tan sólo a reconocer a las estaciones inscritas en municipios de menos de 10.000 habitantes, entre otras características, las radios de carácter “alternativo” han sufrido otro duro revés que mediante la asociación pretenden contrarrestar. No obstante, y para resultar más prolija, la misma hipótesis, en su gran estructura, se enmarca en el estudio dentro de otras dos más específicas y manejables:

SUB-HIPÓTESIS I:

La retirada de las subvenciones externas (especialmente de ONG’s y fundaciones) convierte a la asociación en único método de subsistencia económica.

La falta de resultados a medio y corto plazo trae como efecto inmediato para las organizaciones radiofónicas populares el desinterés y la desilusión por parte de los elementos económicos externos gracias a los cuales muchos de los agentes radiofónicos pudieron comenzar su andadura. Según el Informe de ALER sobre la “Vigencia e Incidencia” de las Radios Comunitarias, si en la muestra de radios encuestadas, las ayudas “solidarias” y la cooperación internacional suponían en 1995 el 31% de sus ingresos, para 1999 ese porcentaje se había disminuido al 22% y bajando, por lo que en palabras de las propias radios, ya no se puede contar con ese tipo de participación para cuadrar las cuentas. Así, los grandes centros radiofónicos y las coordinadoras, que terminan por acaparar las subvenciones de la cooperación, son los únicos que, con una fuente de recursos más variada y estabilizada, ofrecen a los agentes más pequeños cierta seguridad financiera con la que ellos, por separado, no logran contar.

Por otro lado, se encuentra el componente legal actual, el cual se desarrollará más específicamente, pero que en este campo se inscribe de la siguiente manera:

SUB-HIPÓTESIS II:

La regulación actual para la radiodifusión comunitaria, especialmente centrada tan sólo en áreas rurales (poblaciones de menos de 10.000 habitantes), discrimina a otros actores alternativos y populares a la hora de solicitar su licencia que han de buscar en la asociación la medida para el *empowerment* político.

La legislación recién aprobada en los últimos dos años da un carácter de comunitario (ahora originario) a aquel que transmita en poblaciones que no superen los 10000 habitantes, las cuales suponen el 90% de las asentadas en Bolivia. No obstante, esto excluye ampliamente a más de la mitad de la población y contradice estrategias internacionales, como las sugeridas por AMARC, de creación de grupos ciudadanos. Por otro lado, la dependencia directa de la concesión de licencias, junto con la necesidad de un informe favorable, de manos del Viceministerio de Telecomunicaciones, órgano estrictamente Ejecutivo, aportan dudas razonables acerca del proceso, recogiendo declaraciones directas como “no son radios comunitarias; son radios del MAS”. Por otra parte, a pesar de su espíritu igualitario, la forma puede ser contradictoria, pues de facto excluiría a ciertos sectores sociales pioneros incluso en la creación de las propias radios comunitarias.

Por último, y a mayores de lo observado en la hipótesis, existen cierto tipo de características que, si bien no pueden llegar a considerarse como variables totalmente independientes, si caben en la categoría de variables intervinientes y que aquí se consideran como atenuantes positivos. Centrado específicamente en el componente tecnológico, en una industria en la que la reducción de costos supone una de sus mayores ventajas con respecto a las demás IC es lógico pensar que:

Observación de atenuantes:

Las novedades tecnológicas y su concreción ayudan, aunque no producen, al fomento de la unión en redes entre los agentes comunitarios y populares.

La llegada de internet y la coordinación satelital se están imponiendo en el funcionamiento real de las radios populares, no sólo en Bolivia, sino en todo el subcontinente americano. Esto supone una importante oportunidad para la coordinación de informaciones y contenidos, pero también tiene sus riesgos explicitados en la pérdida de contenidos locales y la centralización excesiva por parte de las coordinadoras.

4. Metodología de investigación

Como se viene mostrando, la presente investigación tiene por objeto el análisis de los cambios en las redes y asociaciones de los medios, estrictamente de carácter radiofónico, del espectro alternativo boliviano. Por tanto, y para su consecución, la metodología seguida por dicha investigación será del carácter descriptivo-explicativa-analítica:

- Descriptiva: pretende representar en la medida de lo posible al difuso y amplio sector de la comunicación popular y alternativa en Bolivia.
- Explicativa: el cumplimiento o no de las anteriores hipótesis causales, será objetivo prioritario de la investigación, poniendo más énfasis en esas relaciones.
- Analítica: pretende explicar fenómenos y comportamientos futuros a través de la consecución real de las hipótesis.

La unidad de análisis de la investigación la constituirán las estructuras de asociaciones y redes radiofónicas más grandes e influyentes del país andino. Para ello, los casos seleccionados son ERBOL, Onda Local, y Red de Radios de los Pueblos Originarios o RPOs (junto con Red Patria Nueva, por razones que se expondrán en el desarrollo posterior). El primer caso aunque parezca contradictorio servirá a modo de control. Una red de la historia y el prestigio de ERBOL nace tan lejos de las nuevas corrientes

concentradoras en las industrias culturales (IC) que apenas si se podría incluir en la investigación. Pero lo cierto es que en los últimos años, sus criterios de admisión se han relajado, se han incluido un gran número de emisoras dentro de sus afiliadas y se han organizado subredes a modo de diversificar una oferta no tan centralizada. Tanto Onda Local como las RPOs, por su parte, son casos paradigmáticos de la apropiación de la cooperación internacional en pos de instituciones más grandes que las emisoras individuales. La primera, nacida de la cooperación principalmente de la AECID a imagen y semejanza de EMA-TV, muestra el intento por crear un sistema de radiodifusión local interconectada en Bolivia. La segunda, fruto de la ayuda venezolana, procura en parte emular el sistema de comunicación “estatal-alternativa” de dicho país.

El análisis será de tipo cualitativo y crítico, y se centrará en un análisis pormenorizado de las políticas públicas seguidas por el último gobierno vigente en cuestión de comunicación (especialmente popular y comunitaria), y más concretamente de la legislación vigente en torno al medio radiofónico en todos sus ámbitos, tomando en cuenta los documentos aprobados por la Asamblea Nacional así como los Decretos Supremos dispuestos a través del ejecutivo. En otro nivel, se tomarán en cuenta las resoluciones internacionales que también se hayan capacitado a través del poder legislativo y que mantengan su vigencia.

En un segundo nivel, se encuentra el estudio de campo. Para su consecución se han visitado los centros principales de cada una de las organizaciones de estudio así como de las instituciones encargadas de control y fiscalización de las mismas. También se incluyeron visitas a los estudios de las radios Kawsachum Coca, en la localidad de Lauca Ñ (Chapare, departamento de Cochabamba), Radio Soberanía, en Chipiriri (Chapare, departamento de Cochabamba) y Radio Onda Local en La Paz, ejemplo de cada una de las redes (Red de Radios de los Pueblos Originarios, ERBOL y Onda Local respectivamente).

En todos esos encuentros, se realizaron una serie de entrevistas en profundidad a actores participativos implicados y expertos en los procesos de estudio que enriquecerán el análisis y sumarán datos, todas ellas entre noviembre de 2009 y enero de 2010. Aquellas referentes a los representantes de las organizaciones tuvieron lugar mediante cuestionarios creados a partir, principalmente, del elaborado por Karina Herrera Miller para su libro *¿Del grito pionero... al silencio? Las radios sindicales mineras en la Bolivia de hoy* (2006), que aquí se ha adaptado a una tipología de radios y organizaciones más amplia y variada, en parte a través de otros cuestionarios previos pertenecientes a la asociación ALER y publicado en el estudio de *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia* (Geerts y Van Oeyen, 2001), y al libro de Carlos Camacho Azurduy *Las radios populares en la construcción de*

ciudadanía: enseñanzas de la experiencia ERBOL en Bolivia (2007), y en parte guiado por las enseñanzas y los objetivos de la economía política crítica de la comunicación. Así, se realizó una ronda de 10 entrevistas que, si bien no son el elemento básico de análisis, sí sirven sobremanera para enlazar y enfatizar detalladamente las informaciones recabadas mediante el resto de métodos.

A continuación, se pasa a detallar la serie de entrevistas realizadas:

Tabla 1. Relación de entrevistas realizadas

Abreviatura ¹	Nombre	Concepto
MDO	María Delina Otazú	Directora de Onda Local
CC	Claudia Castañeta	Jefa de Prensa de Onda Local
AGV	Andrés Gómez Vela	Director de ERBOL
	René Zeballos	Ex director de ERBOL
JLC	José Luís Colque	Director de Radio Kawsachum Coca (RPOs)
	Henry Arancivia	Responsable de Comunicación Extragubernamental de la DINACOM
GN	Gastón Nuñez	Ex director de la DINACOM y promotor de las RPOs
JLA	José Luís Aguirre Alvís	Experto. Ex representante de AMARC Bolivia y director del Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (SECRAD)
	Luis Ramiro Beltrán Salmón	Experto
	Karina Herrera Miller	Experta
	Donato Ayma	Histórico representante de ERBOL y ex ministro de educación (2004)

Fuente: Elaboración propia

Todas las entrevistas fueron transcritas para mayor rúbrica de detalles, y se sostuvieron en una duración media de 35 minutos, entre la más corta, con 23 minutos, y la más larga con 1 hora y 10 minutos.

El cuestionario anteriormente descrito consta de entre 15 y 25 preguntas, divididas ellas en siete apartados:

¹ Las abreviaturas se insertan tan sólo en las entrevistas que se utilizan como citas en el cuerpo del trabajo

- Dimensión histórica/institucional
- Dimensión económica
- Dimensión legal
- Dimensión técnica
- Dimensión organizacional
- Dimensión comunicacional
- Dimensión social

Las preguntas varían en función de los objetivos planteados ante cada institución, rondando como se advirtió anteriormente las 20 preguntas. El cuestionario base, a partir del cual se acudió a las entrevistas con los representantes de las instituciones y asociaciones, muestra las siguientes diecinueve cuestiones que, al menos, se llevaron a cabo en todas ellas:

- *Dimensión histórica/institucional*
 - ¿Con cuantas emisoras cuentan? ¿Cuáles son? ¿Desde hace cuanto? (A ser posible, datos sobre las emisoras que la conforman)
 - ¿De quién son propiedad las radios? ¿Cuál es su situación actual?
 - ¿Tienen algún tipo de obligación/ interconexión?
- *Dimensión económica*
 - ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de la organización y las radios que la conforman?
 - ¿Estas fuentes se mantienen desde que apareció la radio o han sufrido variaciones?
 - ¿Con qué presupuesto cuentan?
 - ¿Perciben ingresos por publicidad o propaganda?
 - ¿Reciben algún apoyo económico extra de alguna institución u organismo nacional o extranjero?
- *Dimensión legal*
 - ¿Bajo qué figura legal están sustentadas las radios?
- *Dimensión técnica*
 - ¿Cuál es el alcance y potencia media de las emisiones de las radios?
- *Dimensión organizacional*
 - ¿Cuál es la estructura de organización de las radios?
- *Dimensión comunicacional*

- ¿Constituyen enlaces o redes con otros medios? ¿Con qué otros medios y para qué?
- *Dimensión social*
 - ¿A quiénes cree que llegan las emisiones de las radios?
 - ¿Han intentado hacer o hecho algún tipo de estudio sobre los públicos de las radios? ¿Cuáles son sus resultados?

5. Debate conceptual. Demarcación de las diferentes radios

La demarcación conceptual que se precisa para este trabajo marca una pauta discursiva en la que se enmarca una disputa, en el campo de la comunicación para el cambio social, sempiterna. ¿Cómo se han de calificar a estas radios? ¿Qué criterios se han de seleccionar para escoger una u otra denominación? El debate hasta el momento es prolijo, y lejos de zanjarse, muestra cada día el cuño de nuevos conceptos que se suman a la larga lista de nombres plausibles. A la dicotomía radios comunitarias- radios populares, se suman en los últimos tiempos términos más actuales, como radio ciudadana, más actitudinales, como radio educativa, más territoriales, como radio local, o más sentimentales, como radio íntima. Desde aquí, se dará un leve esbozo de lo que en el debate académico ha supuesto cientos y cientos de páginas²: cómo denominar a las radios que se salen de los clásicos circuitos comerciales en los que se inscriben la mayor parte de las industrias culturales, en este caso, de la radiodifusión.

5.1. Radio Comunitaria (RC)

Comenzaremos con el concepto más conocido y quizás también el más sobreutilizado. “Radio Comunitaria” es un denominativo que en muchas ocasiones es usado de forma equívoca, asumiendo que es lo mismo una radio comunitaria que una popular, ciudadana, alternativa, educativa, etc.

Para comenzar, y así evitar equívocos, se adoptará la visión de la asociación de radios comunitarias con mayor número de afiliadas y a su vez la más poderosa. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) nace en 1983 en Montreal (Canadá), donde, según varias referencias (sumada a algunos países europeos), surge el origen de la expresión “comunitario” a partir de “la voluntad de utilizar nuevas y ligeras tecnologías en la

² Para tan sólo enmarcar el debate conceptual, véase *Tipologías radiofónicas y una propuesta sistemática*, de Irving Berlín Villafaña, *Ciudadana Radio. El poder del periodismo de investigación*, de José Ignacio López Vigil o el informe de Andrés Geerts y Víctor Van Oeyen *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*.

reconstrucción de los lazos perdidos en la atomizada sociedad de masas” (Mata, 1993: 58). Es precisamente la veterana autora argentina María Cristina Mata quien comienza a asumir la centralidad de este apelativo,

“la radio comunitaria aunque sea denominada de varias maneras (libres, rural, local, asociativa, etc.) no deja de ser un tipo de radio hecha para servir al pueblo, una radio que favorece la expresión y la participación y valora la cultura local. Su objetivo es dar la voz a los que no la tienen, a los grupos marginados y las comunidades alejadas de los grandes centros urbanos, donde la población es demasiado pequeña” (Mata, 1993: 57-59).

Bajo este denominativo podríamos asumir que se encontrarían casi todas las estaciones de las que se van a tratar en dicho informe, pero la realidad parece subvertirse un poco más compleja.

La propia AMARC, en su página web, responde a la pregunta ¿qué es una radio comunitaria? Lejos de ofrecer un concepto único, la organización recurre a las palabras de sus más destacados miembros. Así, la visión poética de López Vigil (1997) la incorpora AMARC entre sus definiciones. Para el experto cubano se cumplen las características:

"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" (López Vigil, 1997:530).

Sin embargo, esta resulta una definición en la que se obvian los criterios de propiedad y organización, algo crucial para otros especialistas. Concretamente se centra tan sólo en el servicio público participativo que una radio ha de ofrecer.

Precisamente una enunciación mucho más concisa y estructural, y en parte más completa, la ofrece la filial de AMARC para África. Según estos “la radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos que la caracterizan: se trata de una actividad con fines no lucrativos, la comunidad tiene el control sobre la propiedad y está caracterizada por la participación de la comunidad”.

Por otra parte, en un panorama de radios tan complejo y con tal nivel de diversidad como el que existe ya no en el mundo, sino tan sólo en América Latina, es complicado tasar quién es y quién no merecedor de dicho adjetivo. Algunas cifras aproximativas las aportan Villamayor y Lamas (VV.AA., 2007), que en un estudio conjunto de AMARC con la *Friedrich Ebert Stiftung* calculan que “existen en América Latina aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas”, las cuales las

identifican a través de sus “objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder”, así como por no mostrar fines de lucro. “Esto no les impide crecer, intentando una inserción en el mercado”. Y si no, para el caso específico de Bolivia, sólo se necesitan ver los excelentes resultados económicos que en el último ejercicio han aupado a una organización de educativa como ERBOL al tercer lugar en audiencia y facturación del mercado radiodifusor.

Otro organismo internacional de incluso mayor prestigio y difusión, la UNESCO³, ofrece también su visión sobre lo que ha de ser y ofrecer una radio comunitaria. En una aclaración pragmática y fácil de recordar, la UNESCO identifica a la radio comunitaria como “aquella que opera en la comunidad, para la comunidad, sobre la comunidad y por la comunidad” (UNESCO, 2002: 11). Algo que, desde una perspectiva africana, coincide con lo propuesto por Opoku-Mensah (2008: 1063-1064), para quien, citando directamente a Berrigan, “radio comunitaria”, en su forma más pura, significa un medio de expresión *de* la comunidad y no sólo *para* la comunidad.

Aquí, la comisión cultural de las Naciones Unidas se inserta un concepto claramente post-internet a la hora de definir que es la “comunidad”:

“la comunidad puede ser territorial o geográfica- una ciudad, un pueblo, un barrio o una isla-. También puede ser un grupo de personas con intereses comunes, que no necesariamente tienen que vivir en un territorio definido. Consecuentemente, una radio comunitaria puede ser dirigida o controlada por un solo grupo de personas, grupos combinados o colectivos como mujeres, niños, granjeros, pescadores, grupos étnicos o ciudadanos” (UNESCO, 2002: 11).

Esto mismo concuerda con lo propuesto por Opubor (2008: 1055-1056), ya que para él “hoy en día, el concepto de comunidad no tiene una marcada connotación geográfica, por lo que es posible hablar de realidades y comunidades virtuales”. Opubor considera básico para una comunidad humana el intercambio de iniciativas, información y significados en el proceso de definir, crear y mantener una identidad y unos intereses de grupo para sobrevivir en un espacio geográfico y/o cultural específico”. Para Opubor (2008: 1060), la regulación es básica para la promoción de estos medios comunitarios, y según él, debe atender a los principios de propiedad, control, funcionamiento y contenido.

De nuevo, entonces, se ha de hablar sobre lo que distingue a una radio comunitaria del resto de los medios. Para la UNESCO, es el alto nivel de participación popular, tanto en la dirección como en la producción de contenidos la característica decisoria. Además, y como

³ A través de su división Asia-Pacífico

esencia excluyente, para considerar a una emisora como comunitaria los miembros de la comunidad y las instituciones locales habrán de ser el principal sustento para su funcionamiento, algo con lo que si discrepa el investigador africano Opoku-Mensah (2008: 1063-1064), pues identifica la “participación comunitaria” con “el proceso comunicativo y de empoderamiento en el que las personas, en asociación con los que pueden ayudarlas, identifican sus problemas y necesidad para así asumir cada vez más responsabilidad en la planificación, dirección, control y evaluación de las acciones colectivas que se consideren necesarias”.

Los principales supuestos en los que se sustenta la UNESCO en la defensa de las RRCC son:

- Sirven a una comunidad reconocible
- Alienta la participación democrática
- Ofrece la oportunidad a cualquiera de sus miembros para iniciarse en la comunicación y participar en el desarrollo de los programas, la dirección y la propiedad de la emisora
- Usa tecnología apropiada a la capacidad económica de la gente, no aquella que lleva a depender de recursos externos.
- Está guiada por el bien de la comunidad, sin consideraciones comerciales
- Promueve e implementa la solución de problemas

Por su parte, la radio dirigida por la comunidad presenta estas cuatro justificaciones para Opoku-Mensah (2008: 1065), muy ligadas en este caso a lo que podría suceder en Bolivia, debido a que en el país andino existe una distribución social y una demografía étnica tan compleja, comparable a la de los pueblos de África sobre los que trata el texto:

1. Dada la diversidad de lenguas locales, sólo estas radios pueden asegurar que “no sólo serán oídas” sino también “comprendidas por la gente”.
2. Fomenta la educación en los medios; ayuda a crear en las comunidades excluidas “una cultura de la información”.
3. “Aumenta la emancipación política” y se constituye como “plataforma para el debate”.
4. Una forma “económica” para las comunidades, tras la llegada de la globalización de la información y la comunicación satelital, de “proyectar su lenguaje y tradiciones” y “estandarizar un idioma local”.

Pero si todo está tan bien estructurado, ¿cuál es la desventaja de tan reputado apelativo?, pues si ofrece semejantes preeminencias, ¿para qué buscar más nombres que nublen el criterio de los buenos ciudadanos? Es de nuevo López Vigil, con su inmejorable pedagogía y su sencillo buen humor, quien se responde a sí mismo esta pregunta:

“¿Y radio comunitaria? Construir comunidad, superar el egoísmo, ¿qué propósito más humano que éste? Comunicación y comunitario tienen la misma generosa raíz. Pero en muchos de nuestros países, comunitario se limita a lo campesino, a lo rural. Y resulta que siete de cada diez latinoamericanos y latinoamericanas viven hoy en ciudades. Comunitario —especialmente en las cabezas de empresarios con hambre monopólica— sugiere lo pequeño, hasta lo marginal. Por eso, las leyes de telecomunicaciones ofrecen potencias mínimas a las emisoras sin fines de lucro. Que se conformen con eso, dicen, puesto que son comunitarias” (López Vigil, 2008: 12).

Cambiando de rubro, y añadiéndole un matiz político a la discusión, entra en escena la otra gran asociación de radios a nivel latinoamericano, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. En uno de sus últimos informes sobre la situación de la radio popular, encargado a Andrés Geerts y Víctor Van Oeyen, dan su visión sobre AMARC y sus criterios para acoger a sus radios como comunitarias.

“La definición conceptual de radio comunitaria es amplia a propósito, de manera que muchas radios puedan sentirse parte del movimiento. De esta manera se encuentran dentro de la radio comunitaria radios grandes y pequeñas, centros de producción radiofónica, experiencias de mayor o de menor compromiso popular, radios estatales, privadas, universitarias, etcétera” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 36).

Esto supone un primer y profundo escollo para la denominación, pues, si hablar de uno u otro nombre trae connotaciones de pertenencia política y grupal puede ofrecer también apelativos excluyentes. Por eso quizás sea la definición de Ana María Peppino Barale la que alejándose del debate, muestra una concreción más romántica, pero también más veraz:

“A una radio comunitaria no la define la cobertura, ni sus características técnicas, ni la propiedad del medio, ni el modo de producción, ni siquiera el de transmitir o no anuncios comerciales en la programación. Lo que la distingue es la esencia de lo comunitario: los objetivos sociales por los que se lucha (...) las radios comunitarias orientan su quehacer diario al servicio de la comunidad” (Peppino Barale, 1999: 41-42).

5.2. Radio Popular (RP)

Puede que el fenómeno de las radios populares sea ciertamente más concentrado. En América Latina, desde los años 50 con la experiencia de Sutatenza, comenzaron a surgir un sinnúmero de emisoras que se identificaban los principios que en los años 70 acuñarían dicho concepto. Para definir la RP, no obstante, quien mejor que su gran representante continental, ALER, como pionero en su agrupación y defensa.

La historia que ALER brinda, muestra que “la radio popular surge a partir de dos vertientes: una católica que nace a partir de las experiencias de la radio educativa y otra sindical, que tiene su origen en las emisoras mineras en Bolivia de los años 50 y 60” (Geerts

y Van Oeyen, 2001: 33). Ambas, en un contexto latinoamericano, buscan responder a las demandas la justicia y la paz.

“Por un lado está la lucha reivindicativa política inspirada por los ideales socialistas, por otro el compromiso social basado sobre la Teología de la Liberación y la Pedagogía Liberadora de Paulo Freire. El encuentro entre ambas vertientes se da hacia fines de los años 70 y principios de los 80, cuando de hecho se acuña el término Radio Popular. Las radios educativas ya no quieren quedar estancadas demasiado tiempo en lo instruccional ni en la educación formal” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 33).

Con el nuevo nombramiento como RP se abandona como principal objetivo la alfabetización y la educación a distancia y se definen nuevas misiones vinculadas a la idea de cambio social como hermana de la educación popular, en busca de ofrecer:

- “
Contenidos que correspondan a los intereses del pueblo y que le sirvan para su desarrollo.
- Producciones en lenguaje popular narrativo, coloquial, con humor y libertad de sugerencias.
- Productores que representan la identidad popular y que impulsan la participación del pueblo en todo el proceso de radio” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 33).

Pero a pesar de las diferentes fases de desarrollo, la constante que ALER ofrece como RP se ha mantenido:

"Radio popular es aquella emisora que hace más explícita su intencionalidad de carácter político: es decir un movimiento comunicacional en función de una organización social cuyo fin busca un cambio, una transformación social determinada" (Geerts y Van Oeyen, 2001: 35).

Quizás resulte este un concepto más despojado de polémica, pues la mayoría de teóricos coinciden con Berlín (1998:3) en que las RRPP “son emisoras para defender a grupos desposeídos frente a los grupos dominantes, ofreciendo orientación en materia legal, económica, etc.”, las cuales se autodenominan de “comunicación participativa”, “dado que la audiencia produce lo mismo que consume”. Normalmente presentan un “equipamiento técnico deficiente” y un “uso menos profesional” de los saberes comunicativos.

María Cristina Mata, de nuevo, les lleva a una encrucijada en la que

“reconocerse como populares implica un posicionamiento global frente a un sistema económico social en el cual dichos sectores –sin importar de qué grupos se trate o dónde estén ubicados geográficamente- son marginados o excluidos también globalmente del poder. Y no solo del poder comunicar. En ese sentido, su finalidad fundamental no es la democratización de la palabra o de la comunicación sino la alteración, la sustitución de unas formas de vida globalmente injustas y autoritarias (...) [cada vez más preocupada por] promover la rearticulación del fragmentado campo popular y por intervenir en la generación de opinión pública. Ambas, estrategias orientadas a la necesidad de diseñar proyectos globales de cambio” (Mata, 1993: 57-59).

Uno de los mayores problemas a los que se ha enfrentado la RP ha sido a la hora de legitimarse como voz experta y autorizada, quizá se pueda incluso decir sublimada, debido a lo “popular” de su nombre. Quien lo explica mejor es López Vigil:

“Sagrada es la palabra pueblo, tanto que los antiguos filósofos hacían equivalente la voz del pueblo a la de Dios. A pesar de ello, y a la luz de los muros caídos, lo popular tiene hoy un tinte ideológico inseparable. Tiene algo más: ¿qué piensa usted si la invito a comer en un comedor popular o le regalo unos zapatos populares? Lo popular, desgraciadamente, se ha ido equiparando con lo de segunda clase, lo de mala calidad” (López Vigil, 2008: 12).

De todas formas, y obviando a aquellos que denostan una categorización debido a razones de poso elitista, lo importante son los fines (de los cuales algunos aquí se apuntan, según ALER) que presentan las RRPP:

- “Tiene sentido de proyección (tiene utopías de cambio).
- Es eminentemente educativa (apoya la apropiación y profundización del saber).
- Es crítica y concientizadora (cuestiona y forma sujetos con voz propia).
- Es participativa (apropiación del medio, democratiza la comunicación).
- Es intercultural (promueve integración desde las características propias del pueblo).
- Es relacionadora (de individuos, grupos, comunidades, permitiendo el intercambio y la unión de fuerzas).
- Es social (está basada en la vida cotidiana del pueblo).
- Es útil (de servicio social, es compañía, defiende la calidad de vida)
- Es alternativa (no responde a la lógica comercial).
- Es competitiva (disputa los primeros lugares, busca legitimar su labor)” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 35).

5.3. Otras categorizaciones

A tenor de lo anteriormente citado, pudiese parecer bastante, pero la taxonomía planteada en la literatura científica es mucho más amplia como para quedarse en tan sólo dos conceptos.

Comenzando por López Vigil (2008), a partir de su análisis de las taras encontradas a los apelativos “comunitaria”, “popular”, “libre” y “alternativa”, propone añadir a la lista un adjetivo más: “ciudadana” como parte de un movimiento que se está fraguando durante los últimos años.

ALER distingue a su vez, otras tres categorías más a parte de las dos ya mencionadas:

- Radio educativa: casi como un poso previo a la formación de las que denomina Radios Populares.
- Radio Alternativa: la cual identifica con aquellas que “no implican necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es 'otra' y difiere de los medios comerciales y dominantes” (Geerts y Van Oeyen, 2001: 29).

- Radios Ciudadanas: fenómeno surgido durante los últimos años y que "se define a sí en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de derechos ciudadanos" (Geerts y Van Oeyen, 2001: 38).

Para Rodríguez (2008: 1143) el término "medio alternativo" ha pasado a reconocerse directamente como "medio ciudadano". Las principales causas añadidas a este nuevo cuño son que el nombre "medios alternativos" supone aceptar una dicotomía excesivamente simplificante: medios dominantes *versus* sus alternativas, es decir, los medios alternativos. Además, "predetermina el tipo de pensamiento de confrontación que limita el potencial de estos medios de comunicación a su capacidad de resistir el poder alienante de los medios dominantes", lo cual nos ciega ante cualquier otro tipo de proceso de cambio. Por contraste, el hablar de "medios ciudadanos" conlleva:

"primero, que una colectividad *asume el rol* de su ciudadanía al intervenir y transformar activamente el panorama mediático ya establecido; segundo, que estos medios desafían los códigos sociales, las identidades legitimadas y las relaciones sociales institucionalizadas; y, tercero, que estas prácticas comunicacionales le confieren poder a la comunidad involucrada, en la medida en que estas transformaciones y cambios son posibles" (Rodríguez, 2008: 1143).

En otro nivel de cosas, además de su definición de RP, el investigador Berlín Villafaña (1998:3) nos ofrece una propuesta de tipología mayor a través del español José Sánchez Pérez, quien manejando cinco criterios de clasificación (soporte de transmisión, programación, audiencia, financiamiento y propiedad y características del personal) afirma la existencia de las siguientes formaciones:

- Radio internacional, en onda corta dirigida a clases medias y altas con buenos receptores, hábitos de audiencia bien definidos, operada fundamentalmente por poderosas instituciones
- Radio nacional, reflejo de la tendencia europea de los medios, con programación eminentemente cultural y sustentados bajo financiación gubernamental
- Radio comercial, que produce y transmite programas de interés general como música y noticias, cuyo financiamiento depende de la publicidad.
- Radio confesional, cuya intención básica es evangelizar, a veces fundida con el entretenimiento, tanto laico como religioso.
- Radio educativa, cultural y de servicios, emisoras universitarias o gubernamentales, dirigida a públicos medios o altos, o a grupos de bajo nivel, mediante un formato más popular.

- Radio clandestina, cuyas funciones difieren de las establecidas por la ley, de onda corta en su mayoría.

Abarcando mayores constructos, Mefalopulos (2008:1148) concreta el nuevo concepto de “comunicación empoderadora” en clara sustitución de “comunicación participativa” enfatizando específicamente el tema del “poder” en los “enfoques más proclives a promover el rol de los ciudadanos, como el caso de los enfoques participativos”. “La comunicación empoderadora procura avanzar hacia otra etapa del desarrollo que permita a los ciudadanos más pobres tomar el control de las decisiones que afectan su propia vida”.

Por último, y como un toque de rareza, el concepto de “medios íntimos” (Kluitenberg, 2008:957) denota una actitud. “Los medios íntimos son espontáneos. (...) tienen un alto grado de retroalimentación con el público” en contraste a los medios convencionales. “Los medios íntimos más bien son micromedios” en los que existe un acercamiento entre el emisor y el receptor, pues “idealmente, el emisor y la audiencia se conocen”. A nivel de radios, podrían entrar las radios no autorizadas así como las transmisiones *online*.

Pero quizás sea con Roncagliolo, al igual que hace Manuel Chaparro (1997) con quien más se identifiquen el común de las organizaciones radiofónicas:

“La defensa de los medios alternativos, —tal vez sea más correcto decir, coincidiendo con Rafael Roncagliolo, alterativos, por lo que tienen de cambio favorable—, (...) es responsabilidad del conjunto de la sociedad.” (Chaparro, 1997).

Y es que si el común de la sociedad no está concienciado con la sostenibilidad de unos medios que rompen la hegemonía alienante del conjunto, la “alteridad” que éstos representan acabaría desapareciendo por falta de un apoyo necesario, tanto económico como moral.

Lejos de todo esto, o quizás para avivar el debate, para la investigación se utilizará el concepto de “alterradios”, cuya acuñación sirve para englobar a las tan dispares asociaciones y redes de las que el texto trata, y en cuyo prefijo alter- se esconden dos significados: alter- referido a “otro”, aquellas radios alejadas de los objetivos puramente comerciales —aunque dentro de ellos puede estar inserto- o cuyas ambiciones económicas no van más allá de una subsistencia digna; y alter- como significante de “alterar”, muy en consonancia con lo que Roncagliolo denominaba “radios alterativas” en función de su prioridad para y por el cambio de las estructuras sociales a través de la palabra. Por tanto, las “alterradios”, más allá de su título de propiedad, su orientación social o sus objetivos más específicos, ofrecen una intención, pura y principal, de servicio al pueblo —en ocasiones no se puede hablar tan sólo de ciudadanía, aunque también la engloba- y de

participación activa por parte del mismo para que, a partir de conseguir una programación cercana a sus preocupaciones, puedan alcanzar niveles mayores de “empoderamiento” o “poderío” especialmente en el terreno educacional –no formal- y cultural, pero también social y político.

6. Reseña histórica de las “alterradios” bolivianas

La historia de la “alterradiodifusión” es larga y profunda en el país andino. Desde más o menos la mitad del siglo veinte las experiencias vividas en el territorio boliviano lo convirtieron en un laboratorio académico para los gobiernos y las universidades del mundo entero. Desde las pioneras radios mineras, pasando por las radios educativas y populares confesionales, a las más radicales radios campesinas y comunitarias son casi sesenta años de comunicación en busca del cambio social. Y es que, en otras palabras, “es evidente que hay en Bolivia una larga y fructífera tradición de lucha por la democratización de la comunicación por medio de la radio del pueblo, por el pueblo y para el pueblo” (Beltrán, 2005:10).

Algo importante que se debe anotar es que todas las experiencias tienen su inicio y justificación en la Revolución del año 1952 que añadió a las élites promotoras tanto a obreros como a campesinos, a mestizos y a blancos. La inserción de estos estratos en los profundos cambios que se produjeron tanto en materia social como económica permitieron “a los más bajos estratos a probar su fuerza y acceder al poder en diversas formas” (Beltrán y Reyes, 1993:19). En ese proceso de cambio los campesinos indígenas fueron exonerados de la feudal servidumbre que aún les ataba mediante una reforma agraria (por cierto, aún inconclusa) y la certificación del sufragio universal. Por su parte los obreros formaron su sindicato nacional en el nombre de la Central Obrera Boliviana, que pronto alcanzó niveles ni siquiera pensados por los propios revolucionarios, consiguiendo grandes logros en materia de igualdad educativa y especialmente económica, al conseguir controlar la economía de base del Estado: las minas de estaño nacionalizadas.

En materia de comunicación, la revolución se inserta a través de la radio, barata y relativamente fácil de operar,

“las radios son usadas para dirigir la organización política (para llamar a un mitin, para organizar una campaña) pero el uso de la radio también dio a la gente una importante experiencia en la actividad democrática y en la toma de decisiones. Las radios están comprometidas en la revaloración de las lenguas y las culturas indígenas” (O’Connor, 1989: 507).

Es en este contexto que surgen las primeras radios mineras.

6.1.Las radios sindicales mineras: la voz del pueblo desde las profundidades

Fundadas, operadas y mantenidas por los propios mineros, aún cuando estos pertenecieran a los grandes sindicatos, como la Central Obrera Boliviana, las emisoras dependían de cada pequeño sindicato minero y actuaba con total autonomía “autogestionada” del resto de estaciones. Con unos sueldos irremediablemente bajos, el compromiso de los sindicatos con las radios, que tenían que sostener personalmente con una fracción de su monto mensual, era muy alto.

Los primeros intentos, según Beltrán y Reyes (1993) se dan entre 1945 y 1949, y aunque efímeros, podemos situar en Radio La Voz del Minero, nacida en 1947 (Herrera, 2006:42) en el poblado minero de Siglo XX, a la primera emisora sindical minera en Bolivia. En todo caso,

“la emisora sindical surgió muy vinculada a la difusión de los manifiestos políticos de la recientemente creada FSTMB⁴, especialmente de aquel documento político-obrero inaugural conocido como la Tesis de Pulacayo” (Herrera, 2006:44).

Nació entonces un sentir político en el país de “ciudadanía colectiva”, que llegó en poco tiempo a dar sus frutos en el terreno de la comunicación.

Karina Herrera (2006) ofrece cinco periodos para catalogar la historia de las radios mineras:

1. Mediados del los años 40 - 1952; surge la radiodifusión minera.
2. 1952 – 1963; comienzan a surgir nuevas emisoras y a ganar protagonismo político.
3. 1964 - 1982, comienza la dura represión dictatorial contra las radios, debido a sus logros en cuanto a resistencia y organización popular frente a los sucesivos golpes de Estado.
4. 1982 - 1985, las radios pasan a formar parte de las movilizaciones mineras en el contexto de la crisis económica y la reestructuración democrática.
5. 1985 en adelante; en el que la llamada Nueva Política Económica (NPE) y la relocalización de más del 80% de los trabajadores mineros trae la mengua de las audiencias y la imposibilidad del sostenimiento.

Es sin embargo en el primero de estos periodos en el que –y aquí todos los investigadores coinciden- se concentra el esplendor de las radios mineras, dándose una explosión de nuevas emisoras en el territorio minero a través de los distintos sindicatos. Así, van apareciendo poco a poco las radios sindicales mineras, como si de una revolución contagiosa se tratase, siendo pionera la anterior radio Voz del Pueblo junto con, algo

⁴ Federación sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia

posterior, Radio Nacional, en Huanuni (1959, Oruro). Éstas fueron seguidas por numerosas estaciones en muchos otros distritos, “a tal punto que en 1963 su número total era de 23 y unas pocas más se agregaron después” (Beltrán y Reyes, 1993:20).

Durante la década larga que va de la Revolución Nacional (1952) al Golpe de Estado que aúpa al General Barrientos a bordo de un gobierno militar (1964), aparecieron (Herrera, 2006:46) en el territorio nacional, entre otras, Radio 21 de Diciembre (Catavi, 1956), Radio Telamayu (Telamayu, 1957), Radio Ánimas, Consejo Central Sud (s.f.) y Radio Vanguardia (Colquiri, 1964), Radio Viloco (Viloco), Radio San José (Oruro), Radio Chichas, Siete Suyos, Radio Huayna Potosí y Sumaj Orko (Potosí), Radio Japo (Japo), Radio Kami (Kami, s. f.), Radio Quechisla (Quechisla), Radio Santa Ana (Santa Ana), Radio Chorolque (Chorolque), Radio Bolívar (Bolívar), Radio Voz del Bismuto (Tazna), Radio Voz del Cobre (Corocoro), Radio Matilde (Charagua) y Radio Chichas del Mururata (Chojlla), llegando a prácticamente treinta emisoras.

Con un alcance regional de baja potencia (oscilante entre los 150 watts y los 1,5 Kw) y manejada por voluntarios locales (una vez aprendido el oficio, el personal externo resulto innecesario) pronto se convirtieron en referente necesario e influyente para las sociedades para las que trabajaban. Mediante novedosas formas de comunicar, se convirtieron rápidamente en baluarte de construcción de opinión pública.

“Preguntaban a la gente acerca de sus preferencias para estructurar la programación y exigían sinceras opiniones sobre ellos también. Cubrieron mítines sindicales y debates públicos organizados. Llevaron los micrófonos a lo más profundo de las minas y se movieron por los lugares de encuentro de la gente como mercados, iglesias y campos deportivos, invitando a todos a hablar lo que quisieran” (Beltrán y Reyes, 1993:20).

Para contrarrestar la fuerza de estas radios, y preocupados por la “influencia comunista” que podían conllevar para el común de la sociedad, el Vaticano inserta al poco tiempo de comenzar dicho fenómeno la radio Pío XII en la localidad de Siglo XX –aparentemente para enfrentar a la Voz del Minero- el año de 1959. Encargada a los padres oblatos canadienses, y dotada de un equipo y unas instalaciones inmejorables -2 Kw de potencia- “y operada por un grupo especialmente entrenado, adoctrinado y pagado” (Beltrán y Reyes, 1993:20), supuso una grave competencia para las otras radios que vieron en ésta una ocasión para retarse y mejorar. No obstante, al poco de estar en contacto directo con los problemas de las comunidades mineras, los sacerdotes “quedaron tan convencidos de la prédica de los segundos que experimentaron una total conversión. Para 1965 Radio Pío XII estaba tan militantemente identificada con la causa” (Beltrán y Reyes, 1993:20).

Es a partir del golpe de Estado de René Barrientos Ortuño que las radios comienzan a ser perseguidas como medios “subversivos”, “llegándose a la destrucción física de las instalaciones y equipos, a la incautación de transmisores y a la detención de directores y locutores” (Herrera, 2006:46). Por el contrario, la aferrada conciencia de los obreros y la fuerza de sus dirigentes lograron que se invirtiera desde el Estado en la reconstrucción los equipos y las instalaciones y volver a poner en el aire la voz del pueblo, aunque no siempre se tratase de una compensación suficiente. Por lo que creían y representaban, fueron silenciados nuevamente durante los años 1975 y 1976 bajo la dictadura de Hugo Banzer. Durante la última dictadura, la de García Meza (1980-1982), entre sus planes estratégicos se encontraba el de acallar a los medios “subversivos”, epíteto especialmente dedicado a las radios sindicales mineras, pues en ese periodo, mientras la mayoría de medios urbanos habían sido intervenidos militarmente, las emisoras mineras se mantenían en la brecha “convocando a la huelga y a la resistencia contra el nuevo golpe de Estado” (Herrera, 2006:47). Al final, los militares lograron destruir las estaciones, pero su voz habían iniciado una cadena que llevaría, por fin, a la democracia.

Durante la fuerte crisis económica que acompañó al nacimiento de la democracia, las divisiones internas y los conflictos no resueltos desde el 52, afectaron a los sindicatos, en especial manera a la FSTMB, y para las elecciones de 1985 una nueva derecha, ya no golpista, augura el fin de la hegemonía popular y el inicio del periodo neoliberal, en el que la llamada “capitalización” conllevó, en lo que a minería se refiere, el cierre de la gran mayoría de las minas de la Confederación Minera de Bolivia (COMIBOL) y la posterior relocalización –eufemismo de despido- de más de 30.000 mineros. Esto afectó seriamente a las radios mineras, cerrando durante los posteriores años más del 80% de ellas. Hoy en día, mal que bien, se mantienen en pie Radio Nacional de Huanuni (Villa Huanuni), Radio Vanguardia (Colquiri) y Radio 16 de Marzo (Antequera), bajo propiedad estrictamente privada (dos de ellas son de la iglesia) y en condiciones de difícil subsistencia.

6.2.Las radios educativas católicas

Poco después de que se empezara a hablar de las radios mineras en Bolivia, surge en las lejanas orillas del gran lago sagrado, el Lago Titicaca, la primera emisora de radio dirigida a un público aymara. Se trataba de Radio Peñas, una emisora propuesta por las misiones de los padres Maryknoll, que para 1955 buscaba repetir la exitosa experiencia de las “escuelas

radiofónicas” que había puesto en marcha Acción Cultural Popular (ACPO)⁵ en Colombia. “Alfabetización” –al español- y “adoctrinamiento” –al catolicismo- fueron sus bases de actuación, recurriendo para ello tanto al idioma castellano como al aymara (Beltrán y Reyes, 1993:21). En el año 1972 la estación es mudada a La Paz, y en el 76 es traspasada al Arzobispado, quien a su vez la ofrece a los Hermanos de las Escuelas Cristianas (La Salle), bajo cuya dirección sufre una transformación que va desde el nombre –la emisora pasa a denominarse Radio San Gabriel- a las bases de actuación. La identificación con el pueblo Aymara fue tal que los programas de alfabetización fueron sustituidos por otros que englobaran una educación total a partir de las exigencias de una cultura campesina como la aymara y a sus necesidades de vida. Se inauguran una serie de talleres de capacitación propios –los IRAS- que ofrecen a miles de campesinos aymaras la posibilidad de asistir a talleres acerca de “las diversas habilidades que se requieren para el desarrollo rural, incluyendo agricultura, educación y salud” (Beltrán y Reyes, 1993:21). Sus ideas igualitarias e innovadoras pronto chocaron contra el *establishment* político de la época, llegando a ser en parte destruida durante el gobierno militar de García Meza.

Dos son las características fundamentales que identifican a esta radio. Una es su estrategia de producción, entroncada con la manera comunitaria aymara: cada miembro del personal tiene que ir rotando en cada cargo; en segundo lugar, cada uno de sus integrantes ha de abandonar un tiempo al año la emisora para dedicarse a las verdaderas tareas del campo.

Así, San Gabriel se ha constituido en un gran medio con una planta de transmisión de 10 Kw que de tres miembros –en un principio- ha pasado a más de 100, el 95% campesinos aymaras.

Posterior a esta emisora es Pío XII, de la que ya se habló antes, y como éstas dos, durante la década de los 60 las radios de la iglesia “se van sucediendo una tras otra” (Rojas, 1999:65). Este es el caso de Radio San Rafael de Cochabamba (1960) nacida para “evangelizar y alfabetizar a los sectores más necesitados del valle de Cochabamba” (ERBOL en Rojas, 1999:65), de la legendaria -y aún más que rentable- Radio FIDES (1963), de Radio Loyola en Chuquisaca (1966), de Radio San Miguel de Riberalta (1968) –situada en la incomunicada frontera beniana con Brasil- y muchas otras.

Pero a pesar de todos esos logros, es quizás el 18 de junio de 1967 la fecha más relevante para la radiodifusión popular en Bolivia, puesto que ese día las radios Fides, Loyola,

⁵ En 1949 se pone en marcha en el territorio rural colombiano Radio Sutatenza, marcando un hito como la primera radio educativa de Latinoamérica.

Bolivia, Pío XII, San Gabriel, San Rafael y Escuelas Radiofónicas FIDES resuelven la creación de una organización educativa y libre de fines lucrativos denominada Escuelas Radiofónicas de Bolivia, organización que tras un cambio de nombre en los años 80, cuando sus asociadas comienzan a producir programas de educación no formal, pasa a adoptar la nomenclatura actual: Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL). Si durante los primeros años su intención era la educación de los “oyentes analfabetos” de las comunidades campesinas y mineras, en los años 80 se reorienta esta preocupación y se da paso a “la agricultura, la ganadería, la salud, las organizaciones de base, el sindicato, los derechos humanos, etc.” (Rojas, 1999:67), ofreciendo una mayor participación a la gente de las comunidades a las que estaba dirigida. Además es por esa época que comienza su intercomunicación mediante banda lateral. Años más tarde, en 1994, inicia su transmisión satelital mediante el alquiler de espacio a otra emisora, contando para el año 2000 con un servicio satelital propio desde La Paz (ERBOL, 2009).

Desde entonces el crecimiento de ERBOL ha sido exponencial, pues si para su fundación contaba tan solo con seis emisoras, a principios de los 90 (Beltrán y Reyes, 1993:23) sus afiliadas ya se contaban en 17, poseían más de 100.000 estudiantes, mostraban vínculos con más de 800 organizaciones de bases y más de 2.500 grupos comunitarios, y mostraban una gran fuerza como organización radiofónica, pues juntando todos los *kilowatts* de potencia de sus emisoras, sumaban el 40% del total de las radios de Bolivia para la época (Beltrán y Reyes, 1993:22). A finales de la década (Rojas, 1999:66) contaba ya con 27 afiliadas.

“Entre el 2000 y 2003, envía noticias por correo electrónico a toda su red y el 2004 comienza a funcionar su periódico digital, que tiene vigencia actual. Y para el año 2002 se instala la subida al satélite de Radio Pío XII en Cochabamba y Radio Santa Cruz en Santa Cruz de la Sierra. Con ello se configuran las tres subidas al satélite en el país, a los que se une el año 2005 el cuarto nodo en el sur” (ERBOL, 2009).

Precisamente en 2005, la red cuenta ya con 33 instituciones asociadas y 45 radioemisoras afines. En la actualidad, la organización ERBOL es una de las más –si no la mayor- grandes de Bolivia, englobando a 114 emisoras (ERBOL, 2008) entre asociadas (35) y afines (79), y posee una facturación nada desdeñable.

Tabla 2. Mercado radiodifusión Bolivia

Operador	Facturación (en \$ US)	Porcentaje de facturación	Grupo empresarial
Panamericana	2.510.690	35%	Miguel Dueri
FIDES	2.941.094	41%	Grupo FIDES
ERBOL	1.721.616	24%	Red ERBOL
Illimani	s/d	s/d	Estado Plurinacional de Bolivia
Subtotal 4 radios principales	7.173.400	62%	
Total del mercado	11.570.000	100%	

Fuente: Mastrini y Becerra, 2009:79

6.3. Radios campesinas y comunitarias

Los trabajadores del campo, en cierta forma, no supieron o no tuvieron la oportunidad de aprovechar la Revolución del 52 de la misma satisfactoria manera que los trabajadores mineros en cuestión de organización sindical, lo cual también rewertió en un levísimo desarrollo en lo que se refiere a comunicación. Después de la experiencia de radios mineras, no existió en Bolivia radio que pudiese decirse perteneciente a comunidades o sindicatos hasta años 70, pero es un poco antes que empieza esta historia. En 1964 los mismos padres oblatos que construyeran la radio Pío XII fundan Radioemisoras Bolivia en la ciudad de Oruro, dirigida básicamente a la población quechua y aymara de la periferia urbana. A su vez, establecen un instituto cultural para la investigación y la educación popular, INDICEP, a través del cual se orientó educativamente la difusión. En el año 71, transfieren la estación a la Federación de Sindicatos Campesinos, deseosos de que pudiesen emprender una tan satisfactoria tarea como sus colegas mineros. No fue tanto así, pues los líderes campesinos no consiguieron en los primeros años aprovecharla y le infirieron un carácter partidista hasta el año 1978, en que se convirtió en radio comercial, aunque sin abandonar su servicio a los indígenas.

Sin embargo, para autores como Núñez o Grebe,

“La primera emisora comunitaria rural data de 1971 cuando en la localidad de Payoco, provincia Carangas del Departamento de Oruro, se instaló Radio Sukajj Mallku, por iniciativa de un grupo de cincuenta familias aymaras que reconocieron sus condiciones de aislamiento y que decidieron contar con un medio de comunicación propio” (Grebe, 2001:3).

Algunos años más tarde, con el advenimiento de la FM y la mayor facilidad para la transmisión, concretamente en 1985, el Sindicato Sub-central de Campesinos de Carrasco pone en marcha, en cooperación con el instituto privado de educación para el desarrollo, INEDER, Radio Yuraq Molino en la localidad homónima. Comprada con las contribuciones de “todos los miembros afiliados a la sub-central” (Beltrán y Reyes, 1993:29), su principal objetivo es lograr la integración de las comunidades aisladas de la zona, debido a la mala comunicación y llamar a la participación directa de los campesinos. A pesar de las intenciones claramente comunitarias de la estación, otros autores se cuestionan si se le puede considerar comunitaria. Para Rojas (1999:73), esto es más que discutible, pues la prefiere denominar “de carácter institucional-campesina”, especialmente porque el INEDER posee el 51% de las acciones de dicha estación, mientras que la Central Campesina sólo dispone del restante 49%. Por desgracia, este ya no es un debate de actualidad, pues tras sucesivos procesos, incluidos judiciales, la radio cerró sus puertas el año 1997.

Por eso, para algunos (Rojas, 1999:72), la primera radio campesina surge en 1990 de mano de Radio Mallku Kirikiya, formada –con algo de apoyo externo– por los líderes del *ayllu* de Chayantaka (Potosí). Se trata de una emisora cuyo personal es totalmente indígena, quienes tras labrar la tierra durante la semana, se convierten en reporteros durante sábados y domingos. A pesar de su escasa salida a las ondas, la radio se ha convertido en el centro de reuniones del *ayllu*.

“Desde entonces hasta el presente ha venido surgiendo, principalmente en la región altioplánica, una treintena más de pequeñas emisoras de ese tipo” (Beltrán, 2005:9).

A través de la actual legislación, se reconocen a nivel estatal 45 radioemisoras de carácter comunitario. Que estos datos sean una realidad, se discutirá en otro apartado posterior de este trabajo. Pero según Gastón Núñez, ex director de la DINACOM,

“Las radios comunitarias alcanzan aproximadamente a unas 200 distribuidas en todo el país, tanto de carácter unipersonal, confesional de ONG’s y otros, sus transmisiones son en FM con alcance limitado y por lo mismo, el trabajo es más solitario. Están agrupadas en Asociaciones y logran unirse a la hora de transmitir programas similares de carácter educativo, cívico o de concientización social” (Núñez, 2007:9).

6.4. Radiodifusión campesina en radios comerciales.

Más allá de la simple curiosidad que supone, lo cierto es que ésta es una de las experiencias más antiguas y, por qué no, exitosas de la radiodifusión popular boliviana. A partir de los años 50, unos cuantos comunicadores que no disponen de la capacidad, especialmente económica, para dirigir o fundar una emisora, comienzan a aprovechar las “horas muertas”

de los medios comerciales, alquilando las primeras horas de la mañana –de 5 a 6-, cuando preferentemente la población aymara de los suburbios de La Paz es quien escucha la radio. Aunque pueda parecer lo contrario, su audiencia es bastante amplia. “Por lo menos un millón (...) la mitad de ellos localizados en La Paz” (Beltrán y Reyes, 1993:33).

“Modesto y esporádico, este emprendimiento comunicativo perduró sin embargo aproximadamente hasta fines de los años del 80, cuando nuevas condiciones políticas, económicas y tecnológicas determinaron su desaparición” (Beltrán, 2005:8).

6.5. Reporteros populares.

Como última categorización se encuentran los reporteros populares, comunicadores aficionados que operan tanto en las radios educativas católicas como en las campesinas y comunitarias, compensando su falta de formación previa con “entusiasmo y diligencia” (Beltrán y Reyes, 1993:30).

Normalmente son bilingües y son elegidos por sus propias comunidades. Parece que su primera introducción en el mundo de la radio campesina se da en el norte de La Paz, en la región sub-tropical de Los Yungas, pero hoy en día se encuentran distribuidos por todo el país. Proveen información a estas emisoras sin remuneración alguna, informando por el medio que les sea posible.

Gracias a centros como Radio Loyola en Chuquisaca, el SECRAD de la UCB en La Paz o el centro “Gregoria Apaza”, una ONG de la ciudad de El Alto que desde 1985 apoya la participación femenina en estos procesos, se brinda capacitación a los reporteros populares que trabajan para las comunidades.

III. Análisis legislativo vigente

La legislación sobre la radiodifusión en Bolivia ha tenido varias figuras y ha pasado por distintos estados, pero no ha sido hasta los últimos años que se ha prestado atención a aquella parte de la radio que no se dedica sólo a la obtención de prerrogativas comerciales. Por otro lado, de una manera un tanto vetusta se combinan normas correspondientes a la aciaga época neoliberal conjuntamente con otras correspondientes al nuevo Estado Plurinacional, que se dice contrario a las anteriores tesis. El resultado, por tanto, es un objeto de sanción confuso y resbaladizo, que ofrece a veces lecturas contradictorias y que no siempre ha buscado el beneficio de unos actores que, fuera de los circuitos económico-comerciales, mantienen una posición desfavorable respecto a los otros medios.

Comenzando por el texto constitucional, aprobado a finales del 2008, éste garantiza la libertad de información en el artículo 7. No obstante, hace una mención especial a la comunicación en los artículos 106 y 107. En el primero de ellos se garantiza el derecho y la libertad de información. El segundo de los artículos es más una declaración de intenciones. Habla eminentemente sobre los valores y principios que los medios han de respetar. Pero es en su cuarto apartado, más concretamente, donde se expone:

“TV. El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades” (Asamblea Constituyente de Bolivia, 2008:24).

Esto, que en principio pareciera bueno desde todas las visiones posibles, presentará más adelante algunas dudas sobre las intenciones verdaderas de la enunciación de tan esperado artículo.

Pasando a una regulación más concreta, se mantienen vigentes en materia de radiodifusión la Ley 1.632 de Telecomunicaciones, sancionada el 5 de julio de 1995. Heredada de las tesis neoliberales, incluye a la radiodifusión dentro de un espectro más amplio como son las telecomunicaciones, por lo que la radio es entendida como una rama de las mismas que se dirige “a cumplir un servicio público” (AMARC, 2009:93). Entre lo más destacable, sanciona el espacio aéreo y el espectro electromagnético como bienes de titularidad estatal, los cuales tiene la potestad de ceder a particulares bajo la figura de la concesión (Congreso Nacional, 1995. Artículo 23).

El actor principal en su regulación es el Estado, a quien le corresponden las siguientes competencias:

- Posee el dominio originario del espacio aéreo y el espectro electromagnético

- Asume la exclusividad de su administración y explotación (Congreso Nacional, 1995. Artículo 30).

De acuerdo a su diseño institucional, el Estado administra sus competencias a través del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, mediante la cartera del Viceministerio de Telecomunicaciones. Por otro lado, hasta hace unos meses –abril de 2009-, quien velaba por la aplicación de la reglamentación es la Superintendencia de Telecomunicaciones (SITTEL), quien a partir del D.S. 0071 por el que se disuelven las superintendencias (como fantasmas del neoliberalismo) fue sustituida por la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), en una curiosa unión de dos sectores – telecomunicaciones y transportes- que a priori no tienen tanto en común. Por otra parte, existen otras dos autoridades que, sin tener potestades directas sobre dicha regulación, poseen ciertas capacidades para incidir en el sistema de medios del país. La Dirección de Telecomunicaciones (anterior Dirección General de Telecomunicaciones), que está inserta en el Viceministerio de Telecomunicaciones, y la Dirección Nacional de Comunicación Social (DINACOM), dependiente del Ministerio de la Presidencia y un organismo mucho más político que los anteriores, polémico por llevar a cabo el proyecto de establecimiento de la Red Nacional de los Pueblos Indígenas y Originarios (RPOs).

La empresa nacional ENTEL, que ha pasado de la capitalización en los años 90 a la renacionalización durante la legislatura anterior, era la encargada de gestionar la explotación de los servicios públicos. No obstante, ésta siempre fue, y sigue siendo, una empresa eminentemente dirigida hacia la telefonía, por lo que su incursión en el campo de la radiodifusión no ha sido estimable. Por lo indicado, la nueva ATT es el único ente capacitado para la concesión a través de la licitación pública, adquiriendo los beneficiarios el papel de proveedores de servicio u operadores. El Reglamento de la ley de telecomunicaciones, D.S. 24132 de 1995, en sus artículos 6 y 7, regula estos aspectos.

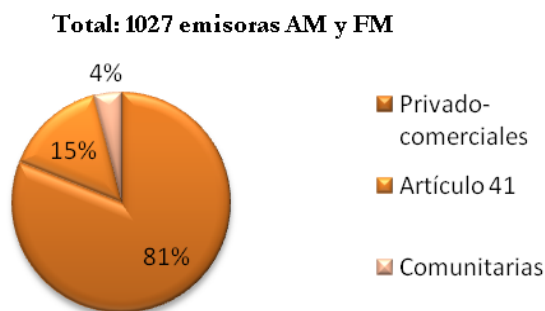
En cuanto a la clasificación de los operadores, el artículo Rango de Ley 43 de la Ley 1632, los califica de dos formas: oficiales –cuya propiedad depende de organismos del Estado- y privadas –de propiedad particular y concedidas en función de fines comerciales o las que se autorizan con fines exclusivamente educativos, exentas de pagos a través de lo dispuesto en el artículo 41:

“Se excluye de la aplicación de la presente ley, a excepción de los aspectos técnicos relacionados con el uso del espectro electromagnético, las telecomunicaciones vinculadas a la seguridad y la defensa nacional establecidas por el Poder Ejecutivo, así como las de carácter social relacionadas con la educación y salud. Estos servicios están exentos del pago de tasas y derechos por utilización de frecuencia, siempre que utilicen

frecuencias electromagnéticas establecidas por el Ministerio de Hacienda y Desarrollo Económico [hoy Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda]” (Congreso Nacional, 1995. Artículo 41).

La distribución de las radios en Bolivia hoy día se da, legalmente, entre radios privadas – tanto las privadas como las acogidas a la figura de exclusión (artículo 41)- oficiales y las de carácter social o comunitarias, contando a mayores con las radios insertas en las RPOs (cuya regulación se expondrá más adelante).

Gráfico 1. Tipo de operadores privados de radio en Bolivia



Fuente: AMARC, 2009:97.

Tanto las radios excluidas por el artículo 41 como las reglamentadas como comunitarias, siguen su proceso a través del Poder Ejecutivo excepto en lo que se refiere a requisitos técnicos, que deben ser presentados ante la ATT.

Desde la década de los 80 hasta el año 2004, la lucha por el derecho a una “radiodifusión comunitaria” legal fue dura y no exenta de debate. Es en 1999 cuando mediante un convenio entre la Universidad Católica Boliviana (UCB), la SITTEL y las asociaciones que agrupan a las emisoras comunitarias y comunicadores nativos de la región andina (APRAC, AREALP y ARNPE)⁶, en el que a través del intercambio de capacitación asumida por la SECRAD⁷ de la UCB a las radios de las comunidades, de la que legalmente debía haberse hecho cargo la institución estatal, la propia SITTEL se compromete a regularizar la situación de dichas radioemisoras:

“2.1. Regularización de la situación legal de todas las emisoras comunitarias, aymaras y provinciales, que hasta el momento no cuenten con su concesión y licencia; 2.2. Gestionar ante las autoridades respectivas una norma legal específica, que comprenda a las emisoras comunitarias, provinciales y fronterizas, otorgándoles por su característica un tratamiento diferenciado; 2.3. Capacitación y fortalecimiento de las radios

⁶ APRAC (Asociación Provincial de Radios Comunitarias de La Paz), AREALP (Asociación de Radio Emisoras Aymaras de La Paz) y ARNPE (Asociación de Radialistas Nativos y Promotores de Espectáculos).

⁷ Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo.

comunitarias, provinciales y fronterizas para el desarrollo de su labor de servicio a las comunidades y áreas donde operan” (SITTEL-UCB, 1999:6).

Hasta que concluyó la vigencia de dicho Convenio, en 2001 se alcanzó la cifra de por lo menos 20 radios concedidas como comunitarias, sentando el precedente jurídico necesario (Aguirre, 2007a:11)

En 2004 la figura de “radiodifusión comunitaria” finalmente cristaliza en el debate legislativo. Mediante el D.S. 27.489 se reconoce por primera vez el derecho de estas emisoras a tener una figura legal propia y no tener que acogerse a la denominación de privadas, hecho que derivaría en la otorgación de las primeras 17 frecuencias de estaciones que tendrían la denominación de comunitarias” (Aguirre, 2007b:2).

Sin embargo, el decreto necesitaba de la reglamentación específica que no llegó a ser emitido en los plazos fijados. Y no es hasta el siguiente año, 2005, en que más allá de redactar un Reglamento Específico, se reformula y reescribe el propio decreto dando lugar al D.S. 28526, de diciembre de 2005, bajo el título de Reglamento de Simplificación de Trámite de Obtención de Licencia para el Funcionamiento de la Radiodifusión Comunitaria. Éste marcó un punto de inflexión en la legislación sobre radiodifusión aceptando que una institución privada, aunque de marcado servicio público, como es AMARC, se convirtiera en el valedor que otorgue “registro” a la radio o televisión comunitaria a fin de que “garantice su legitimidad en el conocimiento y vocación de servicio comunitario” (Aguirre, 2007a:12). Por otro lado:

“estos medios implican señales de radio y de televisión, que comprenden tanto las bandas de AM, FM y de frecuencias VHF y UHF de televisión. La sostenibilidad de los medios dado su carácter no lucrativo podrá provenir de recursos autogenerados como avisaje u otros, donaciones, proyectos y aportes de la comunidad. Por otro lado, se reconocen solicitudes de iniciativas colectivas así como aquellas individuales siempre que cada una de ellas cuente con el respaldo local de entidades territoriales u organizaciones representativas” (Aguirre, 2007a:12).

Tras el cambio de gobierno de 2006, se aprobó al año un nuevo D. S. esta vez llamado Reglamento de provisión de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales del territorio nacional, D.S. 29174 de 2007. Este decreto supone un cambio sustancial en la concepción de la radiodifusión comunitaria, en primer lugar, por considerarla tan sólo concerniente a las zonas rurales del país, que aun cuando demuestran más del 90% del territorio nacional, excluiría a más de la mitad de la población que reside en núcleos urbanos.

“Aquí mismo se observa que la restricción a la sección municipal como espacio de cobertura del servicio de radiodifusión comunitaria podría afectar la naturaleza de proyectos sociales cuando su alcance poblacional supere la sección municipal como tal.

Segundo, en cuanto a las licencias para los servicios de radiodifusión comunitaria, la norma vigente asigna una sola licencia de radio o televisión por organización

comunitaria. Este aspecto podría generar condiciones de inequidad en una localidad ante intereses plurales de comunicación que se den en el mismo ámbito.

Tercero, el lapso de vigencia de una licencia, a diferencia de los medios de carácter privado-comercial, es de diez años con posibilidad de renovación sujeta a «informes favorables de la Superintendencia de Telecomunicaciones y del Viceministerio de Telecomunicaciones.» (Artículo 31. IV)” (AMARC, 2009:99).

Las claras diferencias entre las dos legislaciones se pasan a detallar en la Tabla 3:

Tabla 3. Comparativa legislación Radiodifusión Comunitaria 2005/2007

DECRETO SUPREMO	REQUISITOS	OBJETIVOS	RADIOS QUE SERÍAN ADMITIDAS	AÑO
D.S. 28.526	<ul style="list-style-type: none"> - AMARC SE CONSTITUYE COMO AVAL ANTE LA SITTEL - SERVICIOS APLICABLES A AM, FM, UHF Y VHF - DEBEN PRESTAR FUNCIÓN EN ÁREAS RURALES - SÓLO PAGARÁN EL 10% POR DERECHO DE USO DE ESPECTRO - DERECHO DE USO DEL ESPECTRO ELECTROMAGNÉTICO POR LA RADIODIFUSIÓN COMUNITARIA SERÁ EQUIVALENTE AL 10% DE LOS VALORES VIGENTES - LOCALIDADES CON MENOS DE 10.000 HABITANTES 	<ul style="list-style-type: none"> - SERVICIO SOCIAL, EDUCACIÓN, SALUD, BIENESTAR INTEGRAL, Y DESARROLLO PRODUCTIVO ATENDIENDO LAS NECESIDADES FUNDAMENTALES DE LA COMUNIDAD 	PARTIENDO DE LAS 17 RECONOCIDAS POR EL ANTERIOR DECRETO, PODRÍA HABER ESTUDIADO LOS CASOS DE AL MENOS 83 ⁸	2005
D.S. 29.174	<ul style="list-style-type: none"> - UNA LICENCIA POR ORGANIZACIÓN - POBLACIONES DE MENOS DE 10.000 HABITANTES - ATT Y VICEMINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES TIENEN QUE DAR VISTO BUENO - RESPONSABILIDAD DEL LICENCIATARIO DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA RADIO - EXENTO DE PAGO POR EL USO DE FRECUENCIA - ZONA DE COBERTURA NO 	<ul style="list-style-type: none"> - SERVICIO SOCIAL, LA EDUCACIÓN, LA SALUD, EL BIENESTAR INTEGRAL Y EL DESARROLLO PRODUCTIVO, ATENDIENDO A LAS NECESIDADES FUNDAMENTALES DE LA COMUNIDAD. 	49	2007

⁸ Al menos las 83 radios miembros de AMARC-Bolivia, quien se encargaría de avalar las candidaturas según acuerdo con la SITTEL (1999) y D.S. 28.526 (2005).

	<p>MAYOR DE LA SECCIÓN MUNICIPAL RESPECTIVA</p> <p>- NO PODRÁN OTORGARSE LICENCIAS A MIEMBROS DEL EJECUTIVO, LEGISLATIVO, JUDICIAL, MILITARES ACTIVOS, DIRIGENTES DE PARTIDOS POLÍTICOS, REPRESENTANTES RELIGIOSOS,...</p>		
--	--	--	--

Fuente: elaboración propia a partir de datos de los decretos D.S. 28526 (2005) y D.S. 29.174 (2007) y de la ATT.

Los datos mostrados en la tabla, sin el afán de mostrar qué legislación resulta más o menos beneficiosa, sí ofrecen una lectura de dos proyectos y dos concepciones de la radio comunitaria totalmente diferentes. Mientras en el nuevo D.S. se mantienen intactos los objetivos, los requisitos de inclusión varían, restringiendo en gran medida el acceso a la denominación. A mayores de la gran restricción territorial, vemos una enorme dependencia del propio poder Ejecutivo, algo que nunca es deseable en ninguna legislación, y que en cierto modo, el anterior decreto suplía con la asociación con AMARC. Por otro lado se abandona la sustentabilidad al único licenciatario, abandonando el espíritu colectivo que mueve la palabra “comunitario” y obviando la declaración constitucional por la que el Estado apoya la “radiodifusión comunitaria”. Por otro lado, la restricción a la sección municipal respectiva, supone una limitación para algunos difusores que se encargaban de llegar a comunidades alejadas y sin posibilidades de otra comunicación. Finalmente, la restricción a ciertas personalidades públicas, supone en Bolivia un gran inconveniente a la sazón de que en muchos de los casos, especialmente sacerdotes y clérigos son quienes manejan la propiedad de muchas de las radios dedicadas al servicio público de las comunidades.

Todas estas restricciones suponen un peligro ya no a corto plazo, pues, como señala JLA⁹ en su entrevista, “si a mí estas radios no me convienen como gobierno en algún momento, puedo buscar sus papeles y las puedo perjudicar. No hay en este momento ningún tipo de interés de representación y menos de orientar para que realmente consigan sus frecuencias legales”.

De manera totalmente legal, bajo el signo de la legislación actual, se encuentran amparadas por la figura de radio comunitaria según la ATT 43 estaciones (Anexo I) de las localidades rurales de toda Bolivia: 27 de ellas en La Paz, 7 en Chuquisaca, 4 en Cochabamba, 4 en

⁹ José Luís Aguirre, director del SECRAD y ex representante de AMARC-Bolivia

Santa Cruz y una en Oruro. La mayoría se enmarcan dentro de la FM -27- y el resto en AM -16-.

De ellas, tan sólo Radio Ayni, Omasuyos Andina y Waly pertenecen a AMARC. Las otras 80 radios socias de la organización internacional (hay 8 más entre instituciones, personas y centros de capacitación) no entrarían aún en la categoría y la concepción de “radiodifusión comunitaria” propuesta por el legislativo. Pero a pesar de la pérdida del carácter comunitario, no se han recibido denuncias del cierre de ninguna radio.

Sin embargo, cómo se puede observar en el Anexo I, en el caso de que se hubiese mantenido la legislación anterior, estaríamos hablando al menos de 83 emisoras, todas ellas pertenecientes a AMARC y avaladas por la misma. Lo más destacable aquí, es que al poco de iniciar la primera legislatura, el actual gobierno firmó un Acuerdo Interinstitucional con la mesa de AMARC-Bolivia, concretamente el 10 de mayo de 2006, por el que, entre otras cosas, la DINACOM se comprometía a mantener la experiencia alcanzada hasta el momento y aumentarla, contar con la opinión consultiva de AMARC para cualquier iniciativa gubernamental sobre radiodifusión comunitaria y atender de manera prioritaria a los medios que aún no se hubiesen acogido al D.S. 28.526. No hay duda de que este acuerdo nunca se llegó a activar, y tras las quejas de AMARC y sus asociadas, se esconden los intereses políticos que llevaron al gobierno a fomentar su propia red de radios “comunitarias”.

Ante esta inquietud, JLA ofrece una importante aseveración:

“Todos necesitamos desarrollo en este país, y a través de los medios lo podemos alcanzar, pero no bajo una figura de carácter sectario, porque si criticábamos de sectario la figura empresarial, es lo mismo del político-partidario. Entonces, dónde queda la comunidad y sus intereses”.

IV. Estudio descriptivo de las redes

1. ONDA LOCAL

1.1. Historia reciente y formación

Onda Local es una organización perteneciente a la Federación de Asociaciones Municipales de Bolivia que engloba en la actualidad a 37 radios de los diferentes puntos del país. La red nace como respuesta a un problema detectado desde la propia FAM, y es que, tal y como lo describe MDO¹⁰, “los medios estaban visibilizando a las autoridades nacionales de las capitales y no se lograba visibilizar después de cinco años de promulgada la ley de participación popular la Bolivia municipal, la Bolivia que está fuera de las capitales y que tiene mucha información que dar sobre lo que se está construyendo en el país, pero además mucha información que recibir”.

Es así que se crea primero la agencia de noticias municipales ENLARED, financiado por USAID, para recoger esa información y visibilizarla en los medios, lográndolo con un nivel de réplicas bastante alto -75% de lo producido-, y abriendo, de este modo, una nueva veta en los medios de información clásicos acerca de la información municipal.

En ese mismo afán, pero procurando una mejor recepción por parte de la gente de informaciones difíciles de transmitir, en un país en el que las vías de comunicación, incluso hablando del espectro aéreo, son extremadamente difíciles (orografía, clima, nivel socio-económico,...) es que se pone en marcha un proyecto sobre la conformación de una red de radios -entendiendo que en Bolivia es el medio que más llega- que asegurase que dichas informaciones fueran transmitidas a los oyentes como método de mejorar la gestión municipal y el control ciudadano de las instituciones locales. En vez de crear “grandes elefantes blancos”, dice MDO “preferimos apoyar la programación local que ya existía en el país, centenares de radios que hay en el país y que tienen falencias de programación”.

A través del apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID y el Departamento para el Desarrollo Internacional británico, DFID, Onda Local empezó a emitir su señal satelital experimental en junio del 2006, siendo formalmente inaugurada en septiembre.

Los temas en los que Onda Local se centra son:

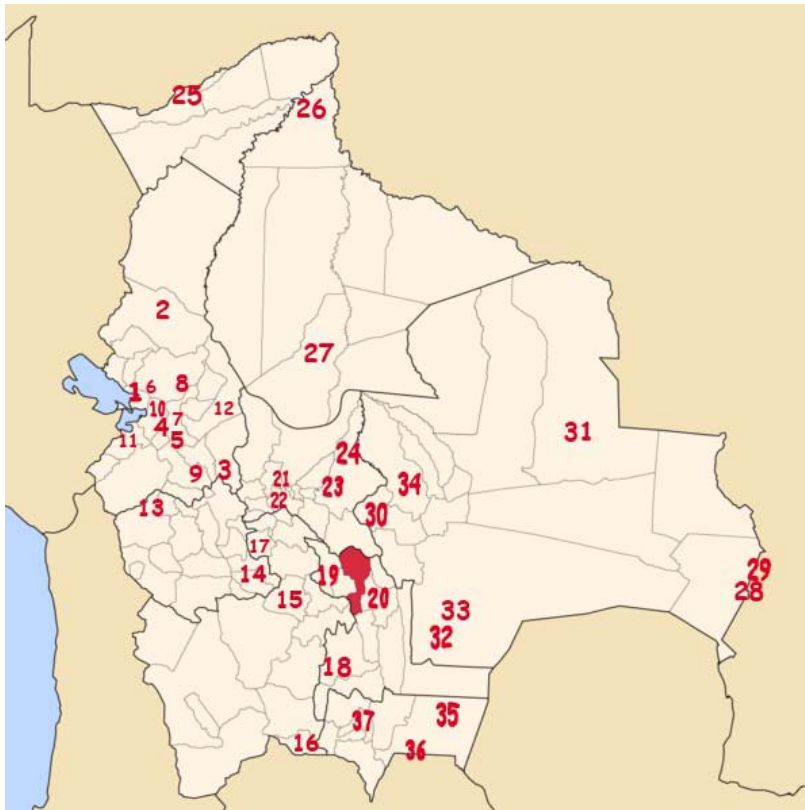
¹⁰ María Delina Otazú, responsable de comunicación de la FAM y directora de Onda Local

- Ciudadanos
- Medio ambiente
- Participación ciudadana y control social
- Objetivos del desarrollo del milenio
- Migración
- Salud

1.2. Radios miembros

Las primeras aliadas de Onda Local fueron radio Norte de Riberalta (Beni), Agricultura Sur en Mecapaca y Atipiri en El Alto (La Paz), radio La Plata (Sucre), radio Nacional (Cochabamba), Patrimonio del Sur (Potosí), entre otras. Para el año 2008 ya se contaban en 30 las emisoras aliadas, a las que para 2009 se suman otras 7 emisoras que dejan poso en ocho departamentos (ENLARED, 2009). Hoy en día Onda Local engloba a 37 radios más algunos periodistas, que de manera libre e individual, también forman parte de un convenio con la red.

Gráfico 2. Mapa ubicación radios Onda Local



Fuente: Elaboración Propia. Ver Anexo II

La distribución de las emisoras (Anexo II) está bastante diseminada por el territorio nacional, teniendo aliadas en 8 de los 9 departamentos de Bolivia. Tan sólo Pando se queda sin radio, obteniendo emisoras en La Paz (11), Santa Cruz (7), Cochabamba (4), Tarija (3), Potosí (3), Chuquisaca (3) y Beni (2).

Por su parte, en cuanto al tema de la propiedad, la gran mayoría (29) constituyen estaciones privadas ante la ATT. Sin embargo, dos de ellas pertenecen a comunidades indígenas y están en trámites para reconocerse como comunitarias y las seis restantes pertenecen a la figura legal de radios oficiales, en calidad de municipales pertenecientes a las respectivas alcaldías.

La mayor parte de las radios están ubicadas en poblaciones pequeñas o rurales, aun cuando existe en 6 de los 8 departamentos al menos una radio inserta en una “gran ciudad” o capital.

Forman parte de la red, además, periodistas de Tiraque y Tarata, en Cochabamba, Monteagudo, en Chuquisaca y Camiri, en Santa Cruz.

1.3.Financiación

Actualmente Onda Local se financia a través de recursos específicamente de la FAM, órgano gestor, aunque cabe añadir ciertas concreciones. La propia FAM se financia a través de la cooperación internacional mediante un “fondo canasta” que financian Holanda, Suecia y Dinamarca, además de por otros países fuera del fondo como España, Canadá y hasta su retirada obligada del país, la USAID.

Onda local, como se dijo, comenzó con un fuerte impulso de la AECID y el DFID, como ya se apuntó, lo cual significó, económicamente hablando, el montaje de la productora con la que emite la señal desde La Paz y las antenas para todas las repetidoras. Posteriormente la financiación externa ha ido bajando. En la actualidad, lo que se paga son los gastos de funcionamiento propios, no más infraestructura, con fondos de la propia Federación, que ya se apuntó de dónde los obtenía. Tal y como explica MDO, “la AECID tiene un modo de trabajar por el que difícilmente van a apoyar por más de dos o tres años una misma línea o un mismo proyecto, se espera que se vuelva autosostenible y pueda trabajar solo, no apoyan indefinidamente un proyecto de este tipo y es no siempre fácil que la cooperación apoye proyectos de este tipo, fundamentalmente porque son intangibles, tú no ves la onda de una radio, y si no la tienes montada, y si no está en los 40 municipios es muy

complicado que ellos te lo puedan financiar. Ha sido una excepción enorme la que ha hecho la AECID al financiar Onda Local”.

La financiación publicitaria por otra parte está admitida, pero de manera un tanto especial, pues no se emite publicidad “comercial”, sino que debido a las características de Onda Local, se han de apegar a las líneas referidas a programas, proyectos, a salud, educación, etc. Por otro lado, la razón social de las radios sigue siendo la Federación, por lo que no tienen una personalidad jurídica propia, sino que cada una se presenta como está registrada en la ATT. El mayor beneficio que las radios sacan de la cooperación con Onda Local, es que una vez dentro, estás en todo el sistema de comunicación de la FAM, lo cual ofrece la posibilidad de que la información que se quiera difundir se multiplique al ponerlo en la agencia de noticias, que como ya se apuntó, tiene un nivel de réplica del 75% de las noticias reproducidas en los periódicos nacionales, las cuales son recogidas por los reporteros de las radios aliadas.

1.4. Organización

La FAM, órgano al que pertenece la red, tiene no obstante otros tantos medios a su disposición, con lo que su intención de traspasar la comunicación institucional ha sido más que traspasada.

Tabla 4. Medios pertenecientes a la FAM

MEDIOS	DATOS
Portal www.fam.bo	Su origen está en el proyecto Enlared Municipal. Es un portal de servicios de información de apoyo a la gestión municipal. En fam.bo está, además, toda la información institucional de sistema asociativo
Onda Local, Red Municipal	Red de radios que reciben información especializada a través del satélite, por internet o por otros medios físicos (CD). La producción y programación se hace desde La Paz con un equipo de periodistas que se encarga de la realización de noticieros y programas. Este medio tiene tres características interesantes: <ul style="list-style-type: none"> • Los contenidos de la programación pensada para un ciudadano que debe ser “activo” frente a sus autoridades locales a la hora de exigir transparencia y eficiencia • Cómo se programa: Onda Local tiene una parrilla en la que un programa se repite hasta tres veces al día (como lo hace la televisión por cable); esto permite que las emisoras aliadas tengan varias opciones a la hora de hacer su propia programación. • El banco de audios: es un sistema que permite guardar en la página de internet, toda la programación y que ésta pueda ser “bajada y grabada” en cualquier momento.
Agencia de noticias Enlared Municipal	Especializada en información municipal y con un importante nivel de réplicas en todo el país, el 75% de su producción. Ha conseguido visibilizar al municipio en los grandes medios, más allá del escándalo y la tragedia.
Poder Local	El más antiguo de todos, es el medio institucional por esencia. Su objetivo es difundir la información del sistema asociativo o temas de su interés.
Ventana Ciudadana	Suplemento que ya cumplió cinco años. Se edita en alianza con La Razón para garantizar, en lo posible, su independencia periodística (con lo que ello implica). Con Ventana Ciudadana la FAM ha

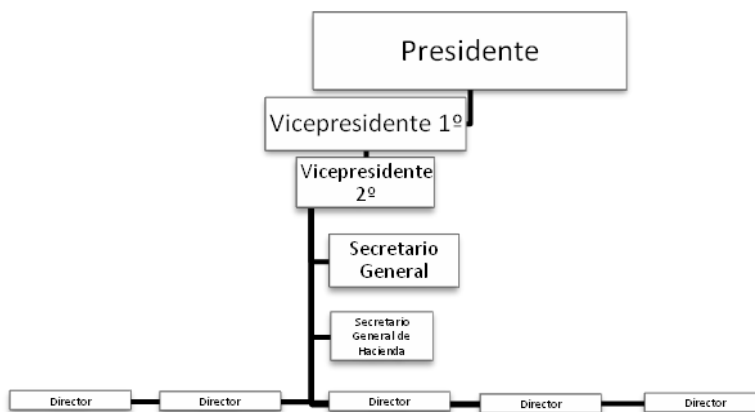
	promovido el debate sobre los temas que tienen relación con el proceso de descentralización y autonomía.
Consultorio Municipal	Presta asistencia y orientación –a través de internet, personalmente o por teléfono- a los actores del proceso municipal, contestando todas las dudas y demandas de información sobre aspectos de gestión local y promoviendo mayores vínculos con entidades públicas intermediarias y de carácter nacional y, en su caso, derivando las preguntas a las instancias que correspondan para su atención.

Fuente: FAM, 2009:116

Esto muestra un compendio de medios bastante equilibrado (radios, agencia de noticias, revista periódica, portal en internet, comunicado institucional y consultorio), aunque en términos de tamaño y repercusión, los más grandes son el sistema Onda Local y la agencia Enlared.

La FAM es una federación que comprende a 11 asociaciones municipales: la Asociación de Concejalas de Bolivia (ACOBOL), la Asociación de Municipalidades de Bolivia (AMB), la Asociación de Municipalidades de Chuquisaca (AMDECH), la Asociación de Municipios de Cochabamba (AMDECO), la Asociación de Municipios de Santa Cruz (AMDECRUZ), la Asociación de Municipios del Departamento de Oruro (AMDEOR), la Asociación de Municipalidades del Departamento de La Paz (AMDEPAZ), la Asociación de Municipios del Departamento de Tarija (AMT), la Asociación de Municipalidades del Beni (AMDEBENI), la Asociación de Municipalidades de Pando (AMDEPANDO) y la Asociación de Municipalidades de Potosí (AMDEPO). La actual dirección de gestión, encabezada por Atilano Arancibia, está formada por los siguientes cargos, que van rotando temporalmente entre asociaciones:

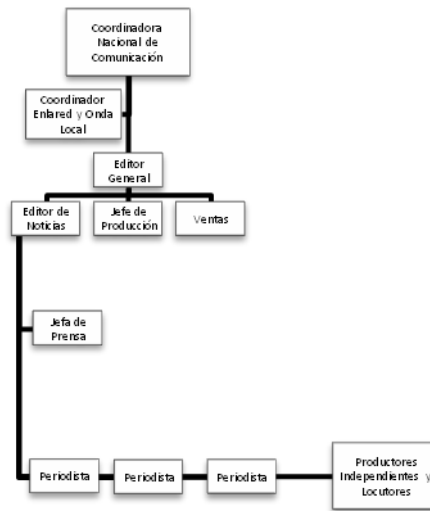
Gráfico 3. Organigrama Directorio FAM



Fuente: FAM, 2009:52

Por su parte, Onda Local se gestiona a través de la coordinadora nacional de comunicación de la FAM, conjuntamente con el resto de los medios de comunicación de la federación:

Gráfico 4. Organigrama Dirección Onda Local



Fuente: Onda Local

Bajo la coordinadora nacional, hay una persona que coordina el trabajo de la agencia de noticias con la red y el portal. Hay un editor general que más o menos marca las líneas tanto de la radio como de Enlared, y luego Onda Local ya tiene una estructura propia con una editora de noticias, una jefa de prensa, tres periodistas, un jefe de producción, una encargada de ventas, un operador y otros pasantes que son productores independientes y locutores.

1.5. Estructura y coordinación

La estructura de Onda Local está dividida en 37 radios aliadas, que en realidad se tratan de un grupo de radios locales dispuestas a firmar un régimen de cooperación mutua a través de un convenio interinstitucional, el cual suscribe una serie de compromisos mutuos que se utilizan como un *feedback* de servicios entre las emisoras y la agrupación. Así, Onda Local se compromete a:

- Facilitar toda la producción radiofónica de Onda Local de manera gratuita a la radio.
- Capacitar y actualizar a los periodistas del medio en temáticas concernientes al propósito del convenio.
- Promocionar el nombre y frecuencia de la radio como parte de la red Onda Local.
- Dar cobertura a las noticias que se generen en el municipio y que sean de interés de la Red.
- Crear un sitio web con información institucional y la programación de la radio aliada, alojado de manera gratuita en el portal de Onda Local.

- Apoyar a la radio aliada en la producción de cuñas y microprogramas en temáticas de interés del convenio.
- Incluir en la parrilla de programación de Onda Local producciones radiofónicas de la emisora aliada en temas relativos a educación, salud, desarrollo económico local, saneamiento básico, medio ambiente, participación ciudadana, control social, gestión municipal, entre otros, para su difusión por la señal satelital e Internet.
- Incluir una selección de microprogramas de la radio aliada en la radioteca de Onda Local disponible en Internet.

Por su parte, las radios aliadas adquieren las responsabilidades de:

- Retransmitir la señal generada por Onda Local en los horarios acordados.
- Facilitar permanentemente información de coyuntura del ámbito municipal.
- Participar en la producción conjunta de programas de la Red.
- Producir materiales (informativos, cuñas, microprogramas) referidos a los temas de interés del convenio para su inclusión en la parrilla de programación de la Red.
- Enviar informes periódicos sobre la retransmisión de la señal de Onda Local.
- Promocionar el nombre y frecuencia de la radio como parte de la red Onda Local.
- Facilitar información sobre la radio para la creación del sitio web de la emisora que será alojado en el portal de Onda Local.
- Participar de los eventos de capacitación organizados por la Red.

Por lo registrado, las radios aliadas, que mantienen cada una su propiedad intacta, no reciben ninguna cantidad económica de la red, exceptuando el primer año en que hubo un programa de fortalecimiento “(MDO) y si se les daba un monto a algunas radios para el tema de equipamiento técnico”, sino que por el contrario se les ofrece servicios de satélite (incluida la instalación de la antena), aunque éstos sólo han llegado por ahora a 24 de las radios, servicios de capacitación, cobertura e interconexión entre las aliadas y el apoyo en la producción de programas, cuñas, jingles,... Esto, que a priori no parecería gran cosa, se constituye vital para radios que, con un nivel de infraestructuras mínimo, necesitan primero, capacitación para sus trabajadores, que la mayoría de las veces ni siquiera son profesionales. Segundo, la ayuda en la producción de contenidos en emisoras en las que apenas si tienen un transmisor y un micrófono. Y tercero, la posibilidad de obtener

programación en estaciones que, según MDO, “son una constante en todo el país. Estas radios que no tienen programación, entonces ponen música o se cuelgan de otras redes. No estoy convencida de que su mayor motivación sea el tipo de noticias que están recibiendo, ese es un proceso por el que logramos convencerlos, pero de inicio lo que les atrae muchas veces es la antena, el segundo es la programación y el otro es poner sus noticias en el ámbito nacional”.

Por otra parte las radios suscriben un “contrato” por el que tienen que cumplir básicamente los siguientes requisitos:

- Tener su situación legal resuelta en la ATTI, sin importar bajo que figura legal.
- Participar en los talleres de capacitación de la red.
- Producir y enviar noticias y programas que sigan las líneas de la red.
- Comprometerse a pasar la programación conjuntos de la red, independientemente del horario al que se transmita en cada una de las aliadas.

En cuanto a la programación, es una clausula de obligatoriedad de interconexión no suscrita a horarios fijos, excepto en los noticieros, que se pasan todos los días a las 11 de la mañana y a las 5 de la tarde. La central de Onda Local en La Paz se encarga de emitir los “programas estrella” (los cuales sí tienen que ser emitidos por todas las aliadas) a las 10 de la mañana para pasarlos junto con el resto de la parrilla por la señal satelital varias veces durante el día:

Tabla 5. Programación obligatoria de interconexión.

	<i>LUNES</i>	<i>MARTES</i>	<i>MIÉRCOLES</i>	<i>JUEVES</i>	<i>VIERNES</i>
PROGRAMA	SIN DOCUMENTOS	CONSULTORIO MUNICIPAL	ONDA VERDE	LA CARRERA DEL MILENIO	COMUNIDAD MUNICIPAL
TEMÁTICA	MIGRACIÓN	PARTICIPACIÓN CIUDADANA	MEDIO AMBIENTE	OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	PROGRAMA INSTITUCIONAL

Fuente: Onda Local

Además, los noticieros también se repiten a la 1 de la tarde y a las 7 respectivamente.

Aunque, si bien ésta es la programación “obligatoria” para todas las radios aliadas, Onda Local cuenta con una parrilla 24 horas que se renueva mensualmente, con la producción de microprogramas temáticos y con programas de las propias aliadas, como es el ejemplo de Radio Atipiri, en El Alto, de quien se recogen sus radionovelas y se pasan para toda la red.

En un futuro apuntamos a construir una programación en común. El gran problema de comunicación con el que cuentan es que se posee satélite de ida, pero no de vuelta. Los contactos que tienen con las aliadas son vía teléfono, y no existe aún la posibilidad de que produzcan y puedan subir al satélite. Esto se está intentando subsanar con un proyecto actual con Cochabamba por el que se instale un clon satelital a lo que es Onda Local (La Paz), de modo que así puedan subir y bajar sin problema.

Por otra parte, el convenio que se suscribe no exige exclusividad de pertenencia a Onda Local en concreto. Las radios aliadas sí pueden pertenecer a otras asociaciones. La única cláusula de exclusividad que se les pide es en el uso de la antena satelital.

2. RED NACIONAL DE RADIOS DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS (RPOs)

2.1. Historia reciente y formación.

La Red Nacional de Radios de los Pueblos Originarios (RPOs) constituye un nuevo referente en lo que a radiodifusión oficial se refiere, pues en una gestión compartida y realmente difusa, se intercalan los intereses del Estado con los de los sindicatos de las comunidades originarias del país.

Tomando como antecedentes las radios sindicales mineras y especialmente las radios comunitarias campesinas, “emisoras organizadas por iniciativa de radialistas aymaras y quechuas que aprendieron el arte de hacer radio en las ciudades y ahora han retornado al área rural para instalar emisoras (...) con equipos que cubren áreas reducidas, pero que cumplen una importante labor social y comunicacional para la gente” (Núñez, 2007:8), en el año 2006, con la llegada al gobierno el año anterior del Movimiento al Socialismo, se pone en marcha un proyecto para ofrecer el “poder de la comunicación” a los sectores rurales-campesinos-indígenas que históricamente han estado excluidos de este proceso. Sin democratización de la comunicación, no hay democracia” fue una proclama a través de la cual se justificó desde el gobierno la puesta en marcha de este sistema.

Es precisamente en julio del 2006, en el municipio Andamarca, provincia Sud Carangas del departamento de Oruro, que el presidente Evo Morales desplegó las antenas hacia lo que sería la primera radio originaria “alter-nativa”, “Radio Orinoca”. Junto a ésta, comenzaron sus transmisiones Radio Riberalta, en el norteño departamento de Beni, también otra en la provincia de Sabaya, en Oruro, e Independencia, en la región central de Cochabamba. A partir de ahí, en el periodo que va hasta 2007 se instalaron 24 emisoras (14 FM y 10 AM),

durante el 2008 fueron 5 más (FM) y en 2009 se completó lo que hasta ahora es el sistema de las RPOs con la puesta en funcionamiento de Radio Monkox.

En palabras de su primer coordinador y fundador, Gastón Núñez,

”el proyecto es una propuesta innovadora en el campo de la comunicación para el desarrollo, (...) [para] que las comunidades campesinas, pueblos originarios y grupos sociales cuenten con medios de comunicación que les permitan ser parte del país, tener acceso a la información, a la capacitación, a la generación de propuestas, a la proyección comunitaria, recuperación de valores culturales, expresión de su propia cultura, fomentando la autodeterminación de los pueblos y sobre todo tener derecho a la información y a la comunicación” (Núñez, 2007:10).

Con la finalidad original “de dotar a las comunidades campesinas, pueblos originarios y grupos sociales en el área rural de medios de comunicación que les permitan ejercer su derecho a la información y a la comunicación”, se establecieron en el proyecto de creación los siguientes objetivos:

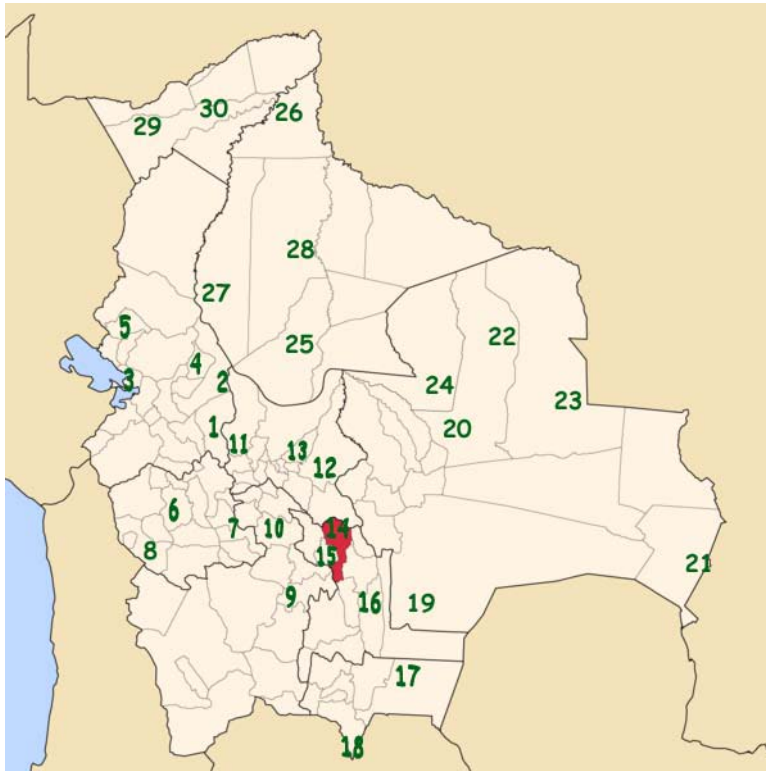
- Consolidar la cobertura radial en el área rural con el funcionamiento de las RPOs
- Garantizar la participación e inclusión de las instituciones, organizaciones y pobladores involucrados.
- Dotar a las emisoras radiales de personal con habilidades, competencias y destrezas en el ámbito de la comunicación.
- Difundir programación educativa, informativa y de entretenimiento a través de las radios en los pueblos originarios promoviendo procesos de integración y producción.

2.2. Radios miembros

A día de hoy, el sistema cuenta con 30 emisoras (Anexo III), con la proyección de instalar 85 emisoras más pequeñas durante la próxima legislatura¹¹, o tal como lo explica el propio Proyecto de ampliación, una de las tareas planificadas para el 2010: la Implementación de la Fase II del Proyecto de Radios de Pueblos Originarios y de interés Social con la instalación de 82 radios en comunidades y ciudades intermedias de los nueve departamentos del Estado Plurinacional de Bolivia.

¹¹¹¹ “Bolivia instalará 85 pequeñas radioemisoras comunitarias”. El Universo, 06-11-2009 <http://www.eluniverso.com/2009/11/06/1/1361/bolivia-instalara-pequenas-radioemisoras-comunitarias.html>

Gráfico 5. Mapa ubicación radios RPOs



Fuente: Elaboración Propia. Ver Anexo III

Hoy en día la red cuenta con emisoras por cada uno de los departamentos del territorio boliviano, superponiéndose Santa Cruz (6), La Paz (5), Beni (4), Chuquisaca, Cochabamba, Oruro (3 cada uno), Potosí, Tarija y Pando (con 2).

Todas las emisoras se encuentran en poblaciones pequeñas o medianas, pero ninguna se establece en una gran ciudad o en una capital departamental. Así, vemos radios más “urbanizadas” como las de Riberalta o Independencia, y otras totalmente “rurales”, como el caso de Lauca “Ñ” u Orinoca.

En cuanto a la distribución legal, aunque todas en principio deberían pertenecer a los sindicatos de las comunidades que las suscriben, la presencia del Estado como instigador y financiador de las mismas no permite que se les pueda declarar como comunitarias. A mayores, existen radios en localidades como Riberalta (100.000 habitantes), que superan los límites poblacionales de dicha denominación legal. Por tanto, las RPOs se deciden acoger a la cláusula de exclusión de tasas del artículo 41 de la citada ley 1.635 de Telecomunicaciones.

En cuestión de frecuencias, 14 de las radios operan en AM y el resto (26) en Frecuencia Modulada.

La potencia de las mismas se distribuye entre las más leves, con 1 *Kilowatt* (6), las medianas, con 1,5 *Kilowatts* (16) y las más potentes con 3 *Kilowatts* (8) cada una.

2.3.Financiación

El proyecto del Sistema Nacional de RPOs vino como un acuerdo de cooperación del gobierno venezolano, en un intento por crear en Bolivia una red “similar” a la que existe en dicho país.

La Dirección Nacional de Comunicación Social (DINACOM), dependiente del Ministerio de la Presidencia, recibe a través del Convenio CIF UAP/VEN/1070/2006 del Viceministerio de Inversión Pública y Financiamiento Externo, los recursos para financiar el Proyecto “Implementación y Consolidación del Sistema Nacional de Radios en los Pueblo Originarios de Bolivia”, proponiendo la utilización de parte de estos recursos para efectuar el equipamiento de la planta transmisora y los estudios de las radios de los pueblos originarios. El resto de los recursos adquiridos se destinan a capacitación.

El monto total recibido de la cooperación venezolana fue de 2 millones \$US. La parte del proyecto técnico y de infraestructura contó con varios componentes, cada uno de características y dentro de su ejecución:

- Planta Transmisora
 - Torre de transmisión
 - Equipos transmisores (adquisición e instalación)
 - Caseta para transmisores
- Estudio de emisión
 - Construcción de la infraestructura para módulo radial
 - Construcción e instalación de estructura metálica para la cubierta
- Supervisión
 - Supervisión técnica
 - Supervisión de obras

La contraparte de las comunidades resultó la dotación de los espacios para el funcionamiento de la radioemisora y la instalación de la energía eléctrica, lo cual se carga directamente a sus gastos como comunidad.

Por otra parte, la DINACOM se compromete a ofrecer la capacitación necesaria para conseguir que los integrantes de las comunidades sean capaces de sostener el medio:

“El acompañamiento de la consolidación de esta Red, está ligado a un proceso de capacitación en tres dimensiones básicas: i. Operativa. Para el manejo y operación adecuado de los equipos. ii. Técnica. Implica la formación de habilidades y competencias en producción radiofónica, géneros y formatos, locución, etc. iii. Gestión. Coadyuvara a la implementación de estrategias para el fortalecimiento de las radioemisoras. Finalmente como resultados de estos dos años y medio se ha logrado implementar un sistema de capacitación” (Núñez, 2007:14).

Completando así la parte de financiación externa del proyecto, el resto (sostenibilidad y gastos energéticos), son ya parte encargada a las comunidades –lo cual se expondrá más adelante-, añadiéndole los gastos de infraestructura para la instalación de la emisora.

El proyecto, que concebía una auditoría externa, vino bajo componente legal de “cooperación bilateral con el gobierno de Venezuela” al Viceministerio de Inversión Pública y Financiamiento Externo (VIPFE), por lo que la administración de esos recursos pasa inexorablemente por dicha institución.

2.4.Organización

La Red de Radios de los Pueblos Originarios posee una peculiar personalidad en cuestión de propiedad física. Las emisoras en sí, pertenecen a los sindicatos y las comunidades que solicitaron su instalación durante el periodo correspondiente. Por una parte, ellos están obligados a procurar la infraestructura necesaria para la instalación, pero por otra las equipaciones específicas técnicas de cada una de las frecuencias anteriormente descritas pertenece a recursos donados por el Gobierno a través de la DINACOM, que se los entregan a las radios en la firma de un contrato en la figura de comodato, por lo que la propiedad queda donada a la comunidad por 5 años, tras los cuales se puede renegociar tras la revisión del cumplimiento efectivo de sus condiciones.

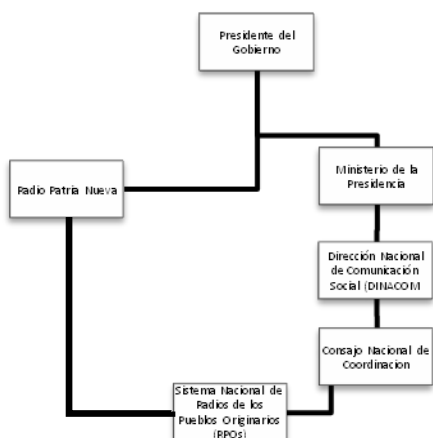
Por tanto, estamos hablando de un contrato por el que se cede la propiedad de las radios a las diferentes comunidades y sindicatos durante un periodo de tiempo, pero que finalmente, pertenecen en último término al gobierno.

Tras la asunción del contrato por ambas partes, desde el gobierno se crea un consejo nacional de la organización, seleccionando a 30 de los reporteros y reuniéndolos en talleres efectuados con la intención de convertirlos en quienes tengan que monitorear las 30 radios miembros, para que vigilen por su funcionamiento y mantenimiento, como máxima representación de las organizaciones.

Por otro lado, las obligaciones de interconexión supeditan a las radios del sistema de RPOs al otro sistema, éste sí, totalmente gubernamental, que supone Radio Patria Nueva, la histórica refundada Radio Illimani.

Por tanto, la jerarquía de las RPOs queda dividida en dos brazos, pero ambos sostenidos desde el mismo gobierno:

Gráfico 6. Organigrama RPOs



Fuente: elaboración propia

De este modo, las RPOs quedan bajo el control de un sistema bicéfalo. Por un lado Patria Nueva cuida la interconexión de todas las radios y el enganche a su propia radio central en los informativos, a través de esta central y sus 12 repetidoras (Anexo IV).

Tal y cómo explica JLC¹², sobre las obligaciones de Kawsachum Coca, “Por convenio estamos obligados a bajar la señal del informativo en quechua, 6 de la mañana y hasta las 7 de la mañana, y en horas de la tarde, de 7 a 8 de la noche, es el convenio porque a través de la DINACOM también se ha equipado la FM de Kawsachum Coca. Como retribución nosotros también compartimos horarios y además mandamos despachos a la red nacional. Básicamente es la razón por la que se ha equipado una emisora. Patria Nueva es la emisora central y las RPOs son las afiliadas, corresponden a la matriz”.

Por otro lado, la comisión nacional de coordinación, compuesta por los representantes de cada una de las radios, responde ante la DINACOM en el control de la sostenibilidad de las estaciones. La primera de estas auditorías internas tuvo lugar durante el ejercicio del 2008.

2.5. Estructura y Coordinación

La estructura de la red se divide en las 30 radios aliadas, las cuales, como ya se apuntó, firman una cesión en comodato por cinco años prorrogable en base a los cumplimientos de los puntos de dicho contrato.

¹² José Luis Colque, director de Radio Kawsachum Coca

Los objetivos por parte del gobierno por parte de este contrato se dividen en:

Objetivo central:

- Dotar a las comunidades campesinas, pueblos originarios y grupos sociales en el área rural, de medios de comunicación que los visibilice y les permitan ejercer su derecho a la información y a la comunicación.

Objetivos específicos:

- Consolidar la cobertura radial en el área rural con el funcionamiento de la Red de Radios de Pueblos Originarios.
- Garantizar la participación e inclusión de las instituciones, organizaciones y pobladores involucrados.
- Capacitar con habilidades, competencias y destrezas en el ámbito de la comunicacional a líderes de comunicación comunitarios.
- Difundir programación educativa, informativa cultural promoviendo procesos de integración y desarrollo productivo que favorezcan a los pueblos originarios.

Es por esto que el gobierno se compromete a:

- Donar en comodato la frecuencia correspondiente a la radio objeto del contrato a la comunidad o sindicato que lo solicite, al igual que todo el aparato técnico necesario para su funcionamiento.
- La realización de encuentros nacionales de capacitación de periodismo radial, operación técnica, gestión y administración de radio (el último, el octavo, tuvo lugar en diciembre del 2008 en Cochabamba).
- Apoyo al mantenimiento técnico y reparación de equipos en las diferentes localidades.
- Regularización de asignación de uso de frecuencias y licencias de funcionamiento de transmisores y equipos de radio enlace.
- Gestión administración de recursos y presupuesto.
- Firma y renovación de convenios de comodato con las organizaciones beneficiarias del Proyecto.

No obstante, se planea aumentar estas tareas, ampliándolas con otras dos referentes al control y la sostenibilidad:

- Elaboración de un proyecto autosustentable que permita canalizar recursos de mantenimiento y reparación de equipos en las diferentes localidades y organizaciones responsables.
- Auditoría externa para el control de buena ejecución al cierre del Proyecto.

Por su parte, a la organización aspirante a la concesión se le requieren las siguientes exigencias:

- Tener preparada la infraestructura para la colocación de la emisora
- Cada radioemisora integrante de la red, tiene la responsabilidad de su administración y mantenimiento, de manera conjunta con la comunidad, organizaciones sociales y pueblos indígenas.
- La sostenibilidad financiera para el funcionamiento de la Red estará a cargo de las organizaciones sociales y el apoyo de las mismas en alianzas estratégicas para su consolidación.
- La sostenibilidad operativa estará a cargo de todos los miembros de la Red, a través del intercambio de capacidades, mediante la conformación de un equipo que permita el ejercicio de funciones de dirección, coordinación y operación, a través de la suscripción de acuerdos interinstitucionales.
- Cada emisora se compromete a acatar los horarios de interconexión y a enviar noticias y programación para el conjunto de la red.

Por consiguiente, se trata de un proyecto con fines de autosostenimiento a medio plazo, cuyos objetivos programáticos se encierran en tres periodos:

1. A corto plazo:
 - Apoyo técnico, capacitación, seguimiento, atención permanente.
2. A mediano plazo:
 - Apoyo para la implementación de estrategias de sostenibilidad: conformación de redes regionales, mecanismos de generación de recursos
 - Generación de mecanismos de apropiación comunitaria.
3. A largo plazo:
 - Propender a la elaboración de una “Ley de Promoción e Incentivo a la Radiodifusión Comunitaria”.

- El Nuevo texto Constitucional en su Capítulo sobre Comunicación Social incorpora en su Art. 107. par. IV: “El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones”. A partir de ello se establecerán políticas que apunten a brindar un mayor incentivo y promoción de la radiodifusión comunitaria.

En cuanto a las obligaciones de interconexión, se establece con dos tipos de redes: primero, la interconexión entre las propias RPOs, que se establece en tres horarios diarios. Segundo, con la red Patria Nueva, en otros tres horarios también diarios. La exclusividad de interconexión se da, por tanto, en programación informativa:

Tabla 6. Horarios de interconexión

HORARIOS	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
06:00 a.m.	Noticiero de las Radios de los Pueblos Originarios				
07:00 a.m.	Noticiero Bolivia Informa - Red Patria Nueva				
12:00 a.m.	Noticiero Bolivia Informa - Red Patria Nueva				
18:00 p.m.	Noticiero Bolivia Informa - Red Patria Nueva				
19:00	Noticiero de las Radios de los Pueblos Originarios				

Fuente: Red Patria Nueva

Los informativos se difunden en tres idiomas: castellano, aymara y quechua, y hasta hace poco también en guaraní. La manera en que cada una de las aliadas adquiere la señal, difiere de la capacidad de cada uno, al igual que la encomienda de despachos hacia la central en La Paz: satélite, internet o dispositivo celular.

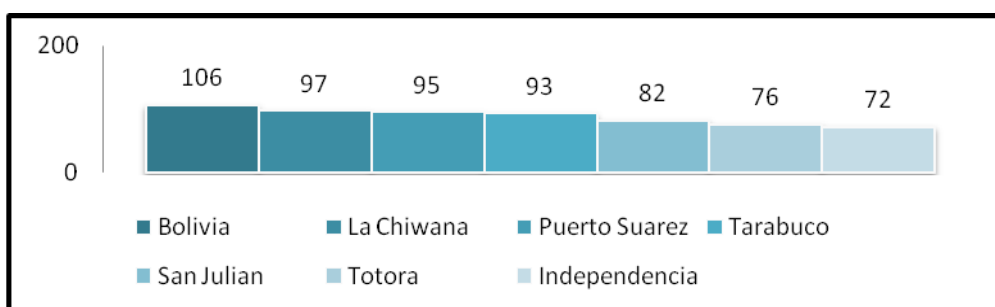
En cuanto a la coordinación necesaria, se da a través de dos coordinadoras, una de día y otra de noche, que se encargan de:

- Coordinación de noticiero del Sistema de las Radios de los Pueblos Originarios en los horarios de: 6:00 a 7:00 a.m., y de 7:00 a 8:00 p.m.
- Coordinación con cada corresponsal en cuanto al envío de notas.
- Seguimiento del estado de las radios con respecto a dificultades que se presenten.
- Elaboración de informes mensuales y semanales sobre problemas de las radios y participación de los corresponsales.

- Además de: elaboración de informes técnicos urgentes que se puedan presentar en la semana.
- Coordinación con los locutores sobre temas coyunturales.

Las mayores dificultades se dan por razones de interés y especialmente de comunicación defectuosa. Tanto es así, que las emisoras difieren mucho en cuanto a la participación en el conjunto del sistema.

Gráfico 7. Radios con mayor participación 12/07-03/08



Fuente: COORDINACIÓN RADIO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS

Así por ejemplo, los reportes que manda Radio Puerto Suárez (93 para ese periodo) no son comparables con Independencia (72), o, yendo más lejos, con las radios que no llegan a aparecer en este gráfico.

3. EDUCACIÓN RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL)

3.1. Historia reciente y formación

La historia de ERBOL es larga y prolija en lo que a radio popular se refiere. La red, que nace en el lejano 18 de junio de 1967 gracias al acuerdo entre Radio Bolivia, Pio XII, Loyola, San Rafael, Fides y San Gabriel, en un primer momento se dedica a apostar por la alfabetización. Algunos años más tarde, como explica AGV, su compromiso con el pueblo cambia, “lo que hace [ERBOL] es abrirle la posibilidad de pensare por sí solos, ayudarles a descubrir sus capacidades, y cuando hace eso obviamente el pensamiento se convierte en un pensamiento político, y cuando se convierte en un pensamiento político hay una vida basada sobre una filosofía política de conducta hacia la construcción de poder. En términos comunicacionales-políticos, que primero se abre la posibilidad a la gente de acceder a la palabra, a tomar la palabra, y cuando la toman, aspiran a tomar el poder”.

ERBOL se declara entonces como un instrumento político de construcción de poder popular mediante el cual se ofrece acceso a los “sin voz” para que puedan reivindicar y conocer los problemas que les afligen.

Puede que los objetivos y las causas de ERBOL se hayan mantenido desde los años 70, pero lo que sí ha cambiado es la concepción social y el conocimiento de la ciudadanía sobre la red. Es especialmente a partir de los años 2000, y más concretamente a partir de 2003 y su cobertura de la “Guerra del Gas” en La Paz que la red de radios populares se abre al común de la ciudadanía y populariza la problemática indígena, de la que llevaba hablando casi 40 años, pero sin excesivo éxito de audiencia hasta entonces. En palabras de su actual director, AGV¹³, “ERBOL ha tenido bastante éxito desde un inicio, lo que pasa es que en este último tiempo los medios de comunicación denominados comerciales se han visto rebasados por la credibilidad de ERBOL (...) en un proceso de construcción de poder, no de reproducción de poder. Eso es lo que hicimos en 2003. Hicimos periodismo de fuente abierta. Donde el ciudadano se convirtió en periodista, porque tenía toda la capacidad de convertirse en mensaje él mismo”. Eso demostró que ERBOL realmente hacía un periodismo de construcción de poder y se convirtió en una asamblea virtual, a través de la cual la gente se organizaba, llamaba por teléfono, mandaban ánimos, y ayudaba a sostener la lucha en la que ERBOL se convirtió en “espacio de comunicación política”. ERBOL, que desde un principio apostó por un compromiso estable con las bases de la sociedad, logró con estos movimientos hacer esa relación más visible. Hasta esos años, los indígenas eran pueblos subterráneos, obligados, apoyados por un grupo de personas u organizaciones como la propia ERBOL, cosa que a nivel social no tenía demasiado resalte. Pero es a partir de este año 2003 que se produce un empalme entre los indígenas emergentes y las masas urbanas que sintonizan ERBOL a raíz de los conflictos sociales, haciéndose más visible y convirtiéndose en la tercera red de radios más escuchada del país.

Como red, ERBOL trabaja en las siguientes líneas estratégicas:

- Formación y Capacitación: ofrece talleres para el personal de las radios, para personas externas, cursos por Internet para personal de las radios y otras, y un curso de nivel técnico superior universitario en radio, la mayoría a través de proyectos propios financiados por agentes externos.
- Comunicación Educativa: campañas educativas multilingües por la red nacional y campañas diferenciadas para cada una de las subredes, en el correspondiente idioma.

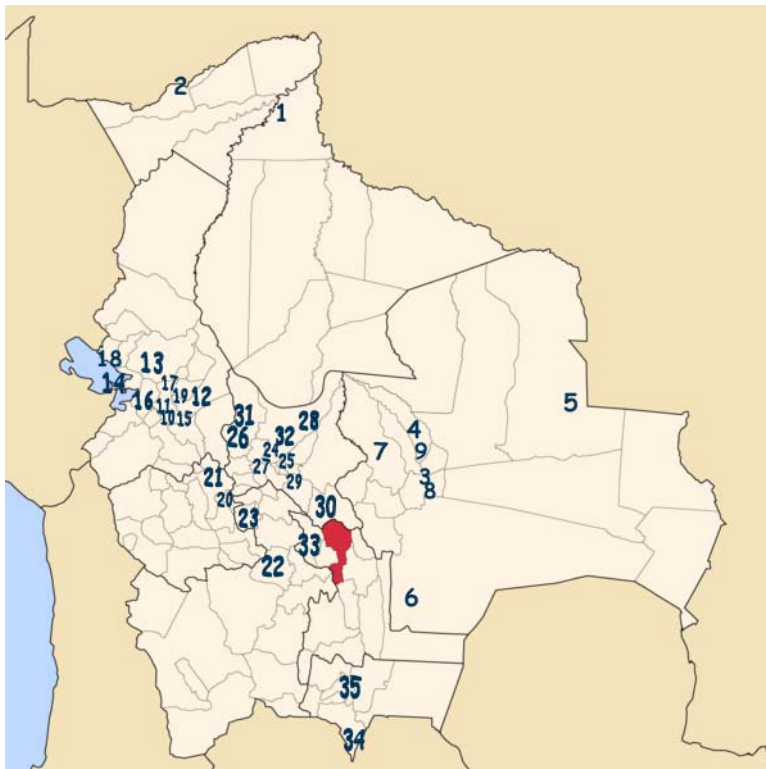
¹³ Andrés Gómez Vela, director ejecutivo de ERBOL

- Mercadeo: posee su propio departamento de mercadeo, con el que se pretende de la publicidad para la red y las radios.
- Planificación Estratégica: posee un fuerte programa para la planificación, seguimiento y evaluación de las actividades de las radios miembros.
- Comunicación, dividida entre la red nacional satelital, con 4 nodos o subidas al satélite, ocho subredes regionales y el trabajo de cada una de las emisoras.

3.2. Radios miembros

La historia de la red ERBOL se deja notar cuando hablamos de más de 100 radios miembros, 35 de ellas asociadas, distribuidas por cada rincón de Bolivia (Anexo V). La progresión se ha hecho notar históricamente, pero es precisamente en esta última década que se ha vuelto exponencial, con la aspiración de la mayoría de estas radios a entrar en la organización.

Gráfico 8. Ubicación radios asociadas ERBOL



Fuente: Elaboración propia. Ver Anexo V

En ERBOL, existen dos tipos de estaciones afiliadas:

- El primero son las radios asociadas, las cuales están obligadas a pagar una cuota anual, que oscila entre los doscientos y los mil dólares, dependiendo del tamaño de la radio. Éstas son 35 en el total del país. A cambio de la cuota, se ofrecen ventajas de formación, capacitación y acceso a todos los servicios de la red ERBOL.

- El segundo son las radios afines, que no están obligadas a pagar ningún tipo de cuota, pues se juntan a la red en calidad de “amigas” o “simpatizantes”, aprovechándose de algunos de los servicios de la red.

La gran diferencia consiste en la capacidad de intervención en el diseño de las políticas internas, pues las radios asociadas participan en la asamblea general, la máxima instancia de ERBOL, donde se deciden las políticas editoriales. Esta Asamblea elige a un directorio, quien hace el seguimiento de las políticas que se decidan.

Por otra parte, las radios se distribuyen en los nueve departamentos, destacando, de más a menos emisoras, La Paz (44), Santa Cruz (24), Cochabamba (15), Beni (8), Chuquisaca y Tarija (7), Potosí (6), Oruro (2) y Pando (1).

En cuanto a la frecuencia, no se ha podido, por falta de datos, conseguir el número exacto de emisoras que cuentan en FM y en AM. No obstante, en ambos casos existen un sinnúmero de ellas. Lo mismo ocurre con el tipo de propiedad de cada estación, dicho lo cual sí se puede afirmar que la mayoría de ellas son de carácter privado, algunas acogidas al artículo 41 de la Ley 1635, pero no se han podido contabilizar emisoras “legalmente” comunitarias. AGV responde a esta pregunta con las siguientes palabras: “Hay redes distintas. Las iglesias de base, los oblatos salesianos, jesuitas, hay radios feministas, radios de mujeres indígenas, de cocaleros, mineros (...), la magia de ERBOL es que es una organización horizontal”.

En cuanto a la distribución geográfica de las radios asociadas, 10 son de La Paz, 9 de Cochabamba, 7 de Santa Cruz, Tarija, Potosí y Oruro tienen 2, y Beni, Pando y Chuquisaca tienen 1.

En cuanto a la situación demográfica, existen emisoras en todo tipo de municipios, tanto capitales como pequeños pueblos, mostrando una distribución amplia en el territorio boliviano.

3.3.Financiación

La financiación de la red ERBOL ha mantenido los últimos años la máxima de convertirse en autosostenible. Por los datos de facturación que muestran Mastrini y Becerra (2009:79), en el que ERBOL asciende a la cifra de 1.721.000 \$US, parece que lo ha conseguido.

No obstante, para otro tipo de proyectos aún sigue obteniendo recursos externos. Es el ejemplo del Proyecto de Agencia de Noticias Indígenas, creada bajo financiamiento externo y como este, muchos otros proyectos de capacitación, planificación radial,... financiadas

principalmente por IBIS Dinamarca, CAF y CBC Holanda, MISEREOR de Alemania y otras ONG's e instituciones y el resto de Europa.

El presupuesto del conjunto de las radios, con datos de AGV, ronda el medio millón de dólares. El financiamiento de las radios tiene otro tipo de fuentes, pues no es función de ERBOL el apoyar económicamente –de manera directa- a las radios.

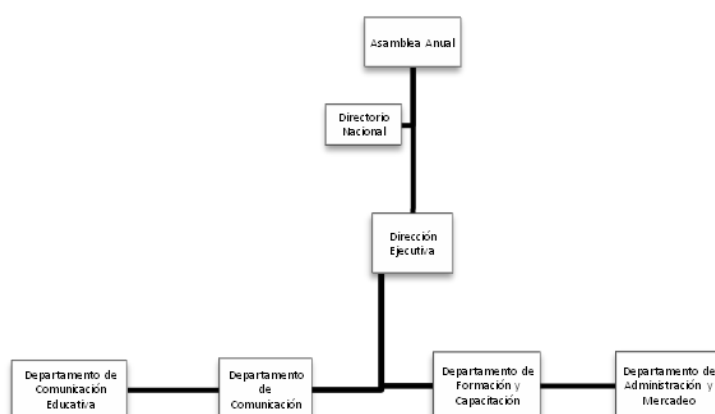
En este sentido se toman en cuenta varias fuentes:

- De naturaleza social. La propia comunidad financia a las radios. Por ejemplo, pequeñas emisoras que tienen un centro de producción de hortalizas, lecherías, restaurantes,...
- Después está la publicidad, no muy significativa especialmente en las poblaciones pequeñas; más en las estaciones citadinas.
- También está la producción. La producción en lenguas nativas de sus miembros es demandada a ERBOL por parte de otras radios comerciales y culturales.
- Por último está el financiamiento externo, con la cooperación extranjera, éste insignificante en la mayoría de las radios.

3.4. Organización

ERBOL posee una dinámica organizativa compleja en su funcionamiento. Subdividiendo el sistema de toma de decisiones de la organización, se puede apuntar que posee tres niveles de instancias organizativas:

Gráfico 9. Organigrama ERBOL



Fuente: elaboración propia a partir de datos de ERBOL

En un nivel de institucionalización mucho mayor que las otras dos redes, la toma de decisiones de ERBOL se subdivide en tres niveles:

- La Asamblea Anual de Directores, “que con esa periodicidad analiza y asume determinaciones institucionales a partir de la misión, visión y objetivos de la

Asociación. En estas reuniones de determinan los lineamientos centrales de acción para una gestión” (ERBOL, 2009).

- El Directorio Nacional, elegido por la Asamblea de Directores por un periodo de dos años de gestión. El Directorio está compuesto por seis directores y su principal función es la de implementar las decisiones asumidas en Asamblea y tomar otras iniciativas dentro de los marcos institucionales.
- Más abajo aparece la Dirección Ejecutiva de ERBOL, oficina dedicada a la coordinación del trabajo nacional de la Asociación. Su sede actual es la ciudad de La Paz. El director es elegido a través de una consultora externa, que presenta una terna al Directorio de ERBOL, quien consulta con la Asamblea. Esta entidad tiene cuatro departamentos, que son los siguientes:
 - El Departamento de Formación y Capacitación, dedicado a llevar a cabo las acciones consensuadas acerca de enseñanza en comunicación, periodismo, radio e investigación, destinadas al personal de las radios asociadas y a otras personas interesadas. Para ello ofrece el proyecto de Formación Universitaria “Voces Unidas”, los servicios de capacitación virtual y las acciones formativas en terreno en distintos lugares del país.
 - El Departamento de Comunicación, coordinador del trabajo comunicacional, abarca principalmente la producción y difusión vía satélite en red la nacional, en las redes regionales y en las radios locales, tanto de programas informativos como educativos. Además impulsa el servicio de periódico digital www.erbol.com.bo
 - El Departamento de Administración y Mercadeo, cuyo objetivo es apoyar en los aspectos administrativos y de generación de ingresos económicos por publicidad tanto a la red nacional, a las subredes y a las emisoras asociadas.
 - El Departamento de Comunicación Educativa, con una función central: efectuar campañas radiales educativas en los temas de desarrollo humano, a partir de los lineamientos institucionales.

3.5. Estructura y coordinación

En su plan estratégico, ERBOL considera sus aliados:

- Organizaciones de promoción social
- Iglesia católica
- Medios de comunicación social y radios organizadas en torno a AMARC y ALER
- Radioemisoras afines
- Prensa escrita y televisión, con los que ofrecer intercambio de servicios
- Organizaciones populares, campesinas, indígenas Y CÍVICAS
- Agencias de cooperación externa

Todas las radios afiliadas a ERBOL sumaban en 2005 alrededor de 425 comunicadores (63% hombres y 37% mujeres).

La visión de ERBOL para el 2010 se resume en las siguientes metas:

- Los sectores populares, campesinos y pueblos indígenas y originarios están más cohesionados, han logrado una mayor participación en las decisiones públicas, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones ciudadanas, controlan el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales a nivel municipal, departamental y nacional, y establecen relaciones de respeto, tolerancia y valoración de la diversidad cultural.
- ERBOL es reconocida en el ámbito nacional e internacional por su compromiso con los sectores marginados y por su capacidad de comunicación e información intercultural y educativa
- Las afiliadas de ERBOL, en especial sus equipos de comunicadores han logrado una mayor integración intercultural, un mayor compromiso con su misión y participación en los proyectos de la red.

Las metas estratégicas de la red ERBOL se subdividen en:

- Metas políticas:
 - Lograr que los sectores populares hayan incluido sus demandas en las Reformas de la Asamblea Constituyente
 - La población más desfavorecida cuenta con mayor información para fortalecer su participación en la gestión pública
- Metas comunicacionales:
 - ERBOL cuenta con una programación de mayor calidad y una señal que le permite mantener y ampliar su audiencia
- Metas organizativas:
 - Las afiliadas de ERBOL tienen una estructura eficiente con sistemas más ágiles de comunicación interna,...
- Metas económicas:
 - El 100% de las socias de la Red poseen una persona formada en gestión económica, en dos años
 - El 78% de las socias de la red poseen un plan de mercadeo implementado exitosamente
 - El 33% de las socias de ERBOL cuentan con un proyecto sólido implementado con apoyo externo

De estos objetivos, la mayoría no se han conseguido, o se han cumplido tan sólo en parte. Es posible que el 78% de las radios posean un plan estratégico, debido al trabajo de las subredes, pero no que lo hayan implementado.

La Red ERBOL se subdivide en 6 subredes regionales-culturales que se denominan Red Quechua (desde 1983, actualmente cuenta con 18 radios), Red Amazónica (desde 1992) que integra a las radios del trópico oriental del país, Red del Sur (desde 2001, con 10 radios y unos 100 reporteros), Red Aymara Satelital (creada en 2001, cuenta con 28 radios y dos asociaciones indígenas de comunicación), Red Guaraní (desde 2005, cuenta con 10 radios)

y Red del Norte Amazónico (la última, de 2006), uniendo a las radios del norte del país. Cada una de estas redes cuenta con un plan estratégico de actuación diferenciado del de la red central, en el que se tratan las diferentes estrategias políticas, comunicativas, organizativas y económicas.

Cambiando diametralmente de tema, en el convenio de ERBOL con las radios se ofrecen:

- Servicios de capacitación a través de los talleres que la Red implementa, tanto a nivel nacional como a nivel regional a través de las subredes
- Servicio de mercadeo para adquirir publicidad
- Servicios de planificación
- Servicio satelital

A las radios aspirantes, se les exigen tres requisitos:

- Tener licencia de emisión ante la ATT
- Tener reglamentos claramente definidos como no comerciales y estatutos relacionados con la sociedad, aceptando incluso la fiscalización por parte de ésta.
- Dos cartas de aval de dos radios afiliadas.

Actualmente no es necesaria la vinculación con la iglesia.

Luego todo eso se discute en la Asamblea. Se reúnen los representantes y si cumple los requisitos la radio la aprueban. También hay requisitos de desafiliación. Si una radio no cumple los requisitos, entonces la organización la excluye. Por otra parte, no se exige la exclusividad de pertenencia.

A estas radios aceptadas, se les exige la interconexión en varios momentos informativos:

Tabla 7. Horarios de interconexión ERBOL

HORARIOS	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
07:00 a.m.	INFORMATIVO RED ERBOL						
10:00 a.m.						PERSPECTIVA CULTURAL	ANÁLISIS POLÍTICO
12:00 a.m.	INFORMATIVO RED ERBOL						
18:00 p.m.	INFORMATIVO RED ERBOL						

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ERBOL

En otro nivel de interconexión aparecen las redes regionales. La Red Quechua con su programa “Quchi”. La red Aymara con su programa “Amasa”. La red Guaraní, con “Aseraucomo”. La red Amazónica,...

Así, la interconexión, al menos a nivel nacional, se ofrece en 4 periodos: 3 periodos diarios de carácter informativo, y uno por cada día del fin de semana: de perspectiva cultural para el sábado y de análisis político el domingo. Sin una sede central fija, el noticiero se produce en La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Sucre y la Amazonía, rotando semanalmente en la sede. Se dan cuatro subidas al satélite.

ERBOL es miembro a nivel continental de ALER y AMARC-ALC. Con ALER se conecta en el informativo Contacto Sur junto con radios de 17 países. Desde Bolivia, ERBOL produce para ALER el programa “Buscando América”.

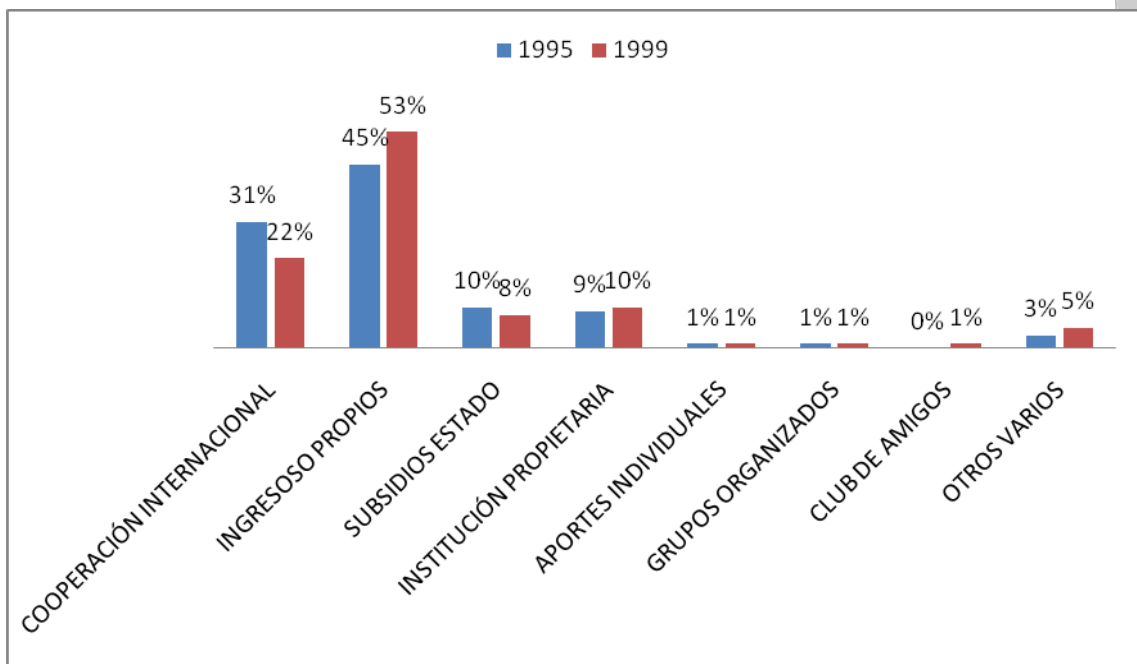


V. Conclusiones. De vuelta a los orígenes del conflicto

Tras el análisis de las redes radiofónicas, el siguiente paso es la comprobación de las hipótesis. Y es que, si en verdad los ingresos externos cayeron, ¿las “alterradios” han tenido que entrar a redes más grandes para asegurarse su futuro? ¿es cierto que estas redes son capaces de ofrecer a las radios la sostenibilidad con la que no podían contar por sí mismas?, y lo que quizá es más importante, ¿qué otras ventajas ofrecen, además del empoderamiento, las redes asociativas para persuadir a una radio a sacrificar su “total” independencia en pos de una organización que en un principio no les compromete?

Para introducir el tema, ofreciendo datos de las propias redes, la primera pregunta se responde a través de datos facilitados por ALER. La institución popular realizó en 2001 un estudio sobre las perspectivas de la radio popular en el siglo XXI. En este informe recoge interesantes datos, especialmente económicos, sobre la capacidad de financiación de sus aliadas, las cuales, en una amplia medida, corresponden con las aliadas a instituciones bolivianas, especialmente ERBOL, su “representante” en el país andino.

Gráfico 10. Desarrollo promedio de porcentajes de ingresos



Fuente: Geerts y Van Oeyen. 2001:153

De las 52 radios asociadas a la coordinadora latinoamericana enmarcadas en este estudio, éste es el resultado. Desde 1995 a 1999 el ingreso por cooperación internacional (lo que incluye a ONG’s e instituciones de variado tipo), cayó del 31% del total de ingresos de las radios a un 22%, un dato que indica a las radios que ya no pueden depender –si es que en algún momento lo hicieron- de la subvención de otros países. Por otro lado, tampoco lo

pueden hacer del dinero aportado por sus propios gobiernos, pues en una tendencia también a la baja el porcentaje de ingresos en las emisoras proveniente del Estado decreció en 2 puntos porcentuales desde un 10% a un 8%.

Al contrario, los ingresos propios tuvieron, para compensar dicha pérdida, que aumentar en un 8%, de un 45% a un 53%.

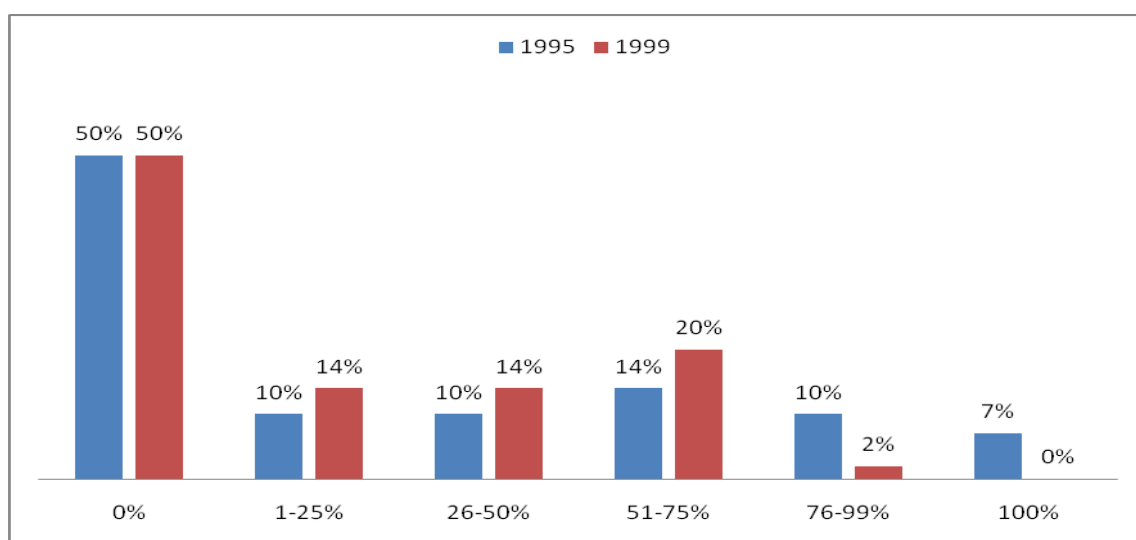
El dato, quizás no tan significativo, se magnifica si se sacan a relucir los datos tan sólo de las emisoras que recibieron financiación extranjera –pues no todas recibieron. Según ALER:

“En las radios que en 1995 y 1999 contaron con apoyo de parte de la cooperación internacional, los ingresos de este rubro bajaron durante el periodo mencionado de 55% a 41% del presupuesto. Los ingresos propios aumentaron de 32% a 44%. Estas radios recibieron un subsidio por parte de su institución propietaria de un 9% a 7% y muy pocos ingresos por concepto de subsidios o convenios con el estado (3%)” (Geerts y Van Oeyen. 2001:163).

En ese caso, las cifras son más representativas. Hablamos de una pérdida de un 11% en el porcentaje representativo.

Estos datos muestran una retirada continuada de un importante agente a la hora del sustento final de las radios individuales. Pero quizás ésta pérdida de poder relativo en las emisoras por parte de las organizaciones internacionales sea más entendible a través del siguiente gráfico:

Gráfico 11. Ingresos por cooperación internacional



Fuente: Geerts y Van Oeyen. 2001:155

De las 56 radios que contestaron a esta encuesta:

- La mitad seguía dependiendo en alguna manera de la cooperación externa

- En 1995, todavía un 17% dependía más del 75% de dicha cooperación. Para 1999, sólo un 2% lo hace, y la cifra baja a 0 en cuanto a la dependencia total (7% en 1995).
- Por el contrario, el número de radios cuya dependencia es menor a esa cifra ha aumentado de un 83 a un 98%, prácticamente la totalidad de las mismas, siendo el 78% para quienes los ingresos internacionales no suponen la mayoría de su presupuesto.
- Además, esta es una tendencia con características de futuro, por lo que probablemente, los datos actuales sean aún más preocupantes.

Al final, la retirada de la subvención externa, lo que supone para las emisoras, al menos, es una redistribución de las fuentes de ingresos que, en la mayor parte de los casos, se da puertas adentro. El problema es que, para muchas de estas radios, esta reestructuración no es fácil,

“Hay radios que argumentan que en el contexto socio-geográfico y económico en que se encuentran, nunca podrán ser autofinanciadas. Están en las regiones más deprimidas y con una población que no figura en el mercado ni en las categorías del consumo. Sin la solidaridad nacional o internacional, no podrán subsistir. Este es el caso de Radio Pa'i Puku en el Chaco Paraguayo. El director estaba consciente que ni la publicidad ni los convenios con el estado ni con la sociedad civil podían garantizarle la sostenibilidad económica. Para él la solidaridad y la ayuda externa no son una señal de atraso (...) [como ejemplo] una radio de Guatemala (Atitlán) bajó de 16 trabajadores en 1993 a una (una) persona pagada en 2000. Una radio dominicana (Seybo) despidió la mitad de su personal. Una radio boliviana (ACLO) repartió el dolor: no despidió a nadie, pero bajó los salarios a la mitad” (Geerts y Van Oeyen. 2001:165-166).

Por otra parte, las radios argumentaron otro tipo de consecuencias concernientes a dicha reducción:

- Reducción de la producción propia. Consecuencia de esto es el aumento de los programas enlatados, espacios vendidos a terceros y los espacios musicales. En resumen, una pérdida cualitativa.
- Reducción de los programas en vivo, entrevistas colectivas, debates con las comunidades. Es decir, una disminución de la participación por falta de recursos.
- Además, se dejaron de renovar los equipos técnicos, amén de la capacitación y la investigación, lo cual repercutió también en una pérdida de calidad programática.

Viendo las consecuencias del sacrificio, las radios temían un cambio más profundo. Pues si no podían ofrecer aquello para lo que habían sido creadas (educación, “localización” de la

comunicación, participación de la comunidad,...), lo que en realidad estaría cambiando sería la naturaleza de la radio en sí.

A éstos y más problemas –especialmente legislativos- recurre Manuel Chaparro para justificar la asociación en red:

“La vía debe ser el fortalecimiento de redes donde el préstamo de programas, su producción conjunta, no agote las propuestas locales. No se trata de crear cadenas, ni de perder el sentido local, sino de sumar sinergias, de hacer fuerza común desde el compromiso de prestar un servicio público imposibilitado desde las grandes cadenas, preocupadas por acercarnos el mundo, pero no a la realidad inmediata que nos otorga el referente básico cada día” (Chaparro. 1998:243).

Este fortalecimiento es el principal valedor de comprobación de la subhipotesis II por la que se guía la investigación. Se puede comprobar, concretamente en Bolivia, cuando desde el año 2000, fue AMARC quien luchó y consiguió una legislación propia sobre la radio comunitaria.

Significativo es que al final, en el decreto 28.526 del año 2005, se convirtiera en la primera instancia reguladora sobre la concesión de licencias comunitarias. Este proceso de presión institucional, que se alarga desde la firma del convenio entre la SECRAD, la SITTEL y las organizaciones de radiodifusión comunitaria indígena, culminó entre 2004 y 2005 en los dos decretos supremos sobre la radio comunitaria y la firma de otro acuerdo –aunque nunca se llevó a cabo- entre AMARC y la DINACOM, por la que la asociación mundial de radios comunitarias se instituiría como Comisión Representativa para el Fortalecimiento para el Fortalecimiento de la Radiodifusión Comunitaria en Bolivia.

Así, los logros políticos y legales de AMARC e instituciones afines –asociaciones de radiodifusión comunitaria indígena, las cuales se integrarían más tarde en AMARC-Bolivia, y el SECRAD, cuyo director, José Luís Aguirre, es el ex representante de AMARC-Bolivia- se pueden sistematizar en:

Tabla 8. Logros político-legislativos de AMARC y otras redes e instituciones

LOGRO POLÍTICO-LEGISLATIVO	PRINCIPALES APORTES
Convenio Interinstitucional de Cooperación y Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Saneamiento de las frecuencias y control regulatorio formal - Compromiso de apoyo a adquisición de frecuencias a iniciativas educativas y culturales, con ciertos privilegios - Compromiso al apoyo legal a las radios comunitarias
D.S. 29.174 de 2004	<ul style="list-style-type: none"> - Primera regulación sobre radios comunitarias en Bolivia - Exención del pago de tasas a las radios consideradas por el decreto como comunitarias

D.S. 28.526 de 2005	<ul style="list-style-type: none"> - Se mantiene el compromiso de la regulación comunitaria, incluyendo el Reglamento Técnico con el que el anterior no contaba - AMARC se constituye como aval ante la SITTEL - Derecho de uso del espectro electromagnético por la radiodifusión comunitaria será equivalente al 10% de los valores vigentes
Acuerdo Interinstitucional del encuentro nacional de radiodifusión comunitaria en Bolivia ¹⁴ , 2006	<ul style="list-style-type: none"> - AMARC se constituiría como Comisión Representativa para el Fortalecimiento para el Fortalecimiento de la Radiodifusión Comunitaria en Bolivia, órgano consultor para la formulación de políticas públicas - Medios comunitarios prioritarios para el Estado - Atender prioritariamente a los medios comunitarios aún no regularizados
Nueva Constitución Política del Estado, 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión en el Artículo 107 del apoyo de Estado a la radiodifusión comunitaria

Fuente: elaboración propia

Con todos estos antecedentes, es normal pensar que, una vez abrogados o derogados la mayoría de estos acuerdos con la llegada del actual gobierno, las radios piensen de nuevo en la asociación, al verse desamparadas por una legislación que, como hemos visto, discrimina a las poblaciones grandes (las poblaciones de más de 10.000 habitantes representan sólo el 10% de las poblaciones de Bolivia, pero acogen a más del 57% de la población del país), sectores sociales históricos y fundamentales en la “alterradio” boliviana (representantes religiosos y políticos) y deja al único propietario como garante y responsable de la sostenibilidad de la emisora, obviando así el carácter de “comunitaria” que, en principio, se le confiere. Si en el pasado la presión asociativa y de red les ayudó a conseguir las ventajas anteriormente relacionadas, es ahora que vuelven a buscar en la agrupación la manera de conseguir mayor poder de presión política y así hacer escuchar sus demandas.

Volviendo al sostenimiento de las radios, desde una perspectiva no puramente economicista, se ha mostrado las dificultades que un retiro de tan sólo un 20% de su presupuesto puede producir. La financiación propia, método opuesto -aunque no contrario- a la asociación, no parece ser capaz según los datos de llenar ese vacío en el que

¹⁴ Parece que el acuerdo no se llega a firmar, o al menos a poner en práctica

las emisoras se encuentran. Siguiendo a Chaparro, no sólo en lo económico, sino también en lo estructural y lo político, se trata precisamente de no agotar las fuentes locales.

La pertenencia a las redes sociales de radios les reporta a las estaciones individuales varios servicios, de todo tipo, con los que de manera única no serían capaces de contar:

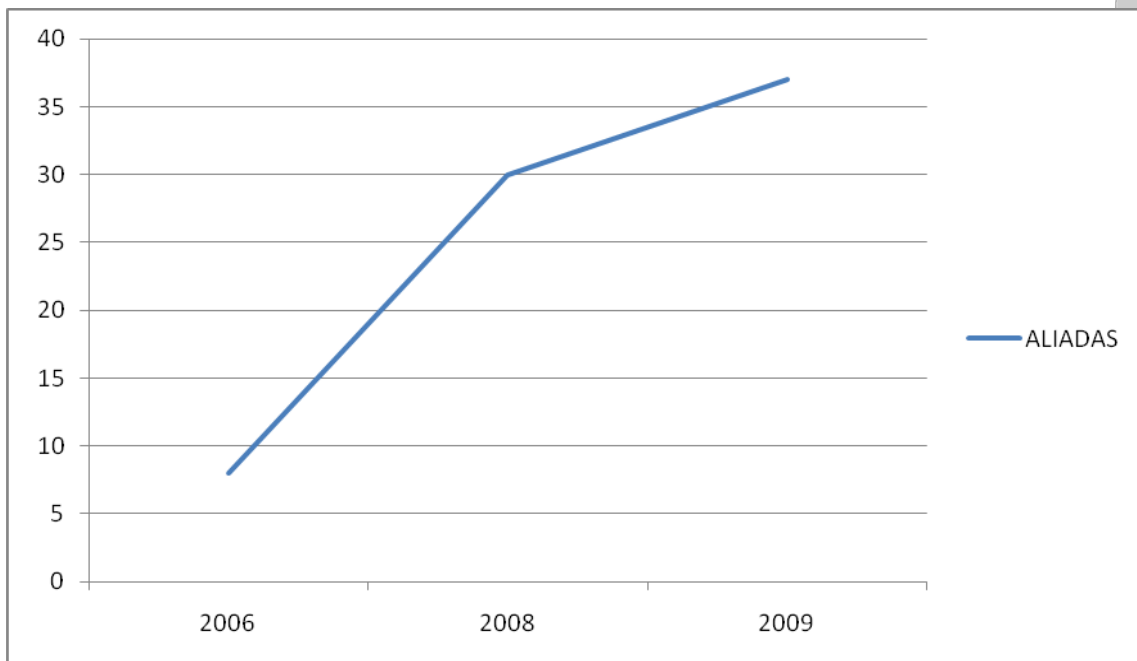
- Económicos: servicio de mercadeo –caso de ERBOL-, en el que las redes poseen su propio departamento y las radios, por tanto, no han de contratar comerciales para la venta de espacio publicitario, con el consiguiente ahorro de costes. Por otra parte, es más sencillo encontrar anunciantes para una red amplia o nacional, la cual más tarde distribuirá la publicidad obtenida en función de los intereses de los anunciantes y las características de las radios miembros. Además, construir proyectos y conseguir financiación parece ser menos costoso para las grandes redes a tenor de los datos mostrados: en contraste con la pérdida de financiación de las radios individualmente, las tres redes objeto de estudio mantuvieron financiación para proyectos paralelos incluidos en la implementación de las radios miembros.
- Sociales: servicios de capacitación. Las redes ofrecen a las radios capacitación en métodos y técnicas acerca de la comunicación para el desarrollo, de los cuales la mayoría de los trabajadores de éstas carecen, siendo en muchos casos profesionales ajenos al sector –en la mayor parte de los casos los trabajadores de las radios ni siquiera son comunicadores-. También se les ofrece protección y asesoramiento legal, lo cual es un ahorro de costos y un seguro de subsistencia. Por último, y no menos importante, se les proporciona visibilización, algo que, en radios minúsculas muchas veces, supone salir de una comunidad de decenas a un debate de millones de personas.
- Técnicos: apoyo tecnológico. Las redes ofrecen a sus miembros interconexión satelital, con lo que eso supone –reducción de costos con el abandono de la onda corta, mejora en la producción, pudiendo contar con contenidos de otras emisoras al momento, aumento de la audiencia potencial de las radios,...-, además de soporte técnico en caso de encontrar problemas (sin tener que contratar a un profesional de manera individual), servidores FTP (a la hora de la puesta en común de los contenidos, contando así con mayor variedad de oferta programativa),... Además, la potencia que se les concede a estas radios es en muchas ocasiones impensable de manera individual, alcanzando en algunos casos los 3 Kw de potencia, bastante en un país acostumbrado a radios más humildes.

- Productivos: ayudas en la sostenibilidad de la radio y en la producción de contenidos. Tal y como declara MDO, “es una constante en todo el país estas radios que no tienen programación, y entonces le ponen música o se cuelgan de otras redes”. Muchas de las pequeñas estaciones funcionan tan sólo con una consola de emisión y un micrófono, cuestión por la que la producción propia les resulta un sueño imposible. En contra de esta tendencia, las redes ofrecen la posibilidad de producir los contenidos necesarios para sus radios en sus sedes, asegurando su sostenibilidad y su permanencia dentro de un proyecto que encierra su naturaleza.

La comprobación de que estas redes han aumentado su dimensión numérica – concretamente de la subhipótesis I- se da en el análisis de la progresión de las afiliadas a las redes en los últimos años.

En el caso de Onda Local, los datos que se ofrecen se remontan a su creación, en el cercano 2006 y recorren hasta la situación actual.

Gráfico 12. Progresión del número de aliadas a Onda Local

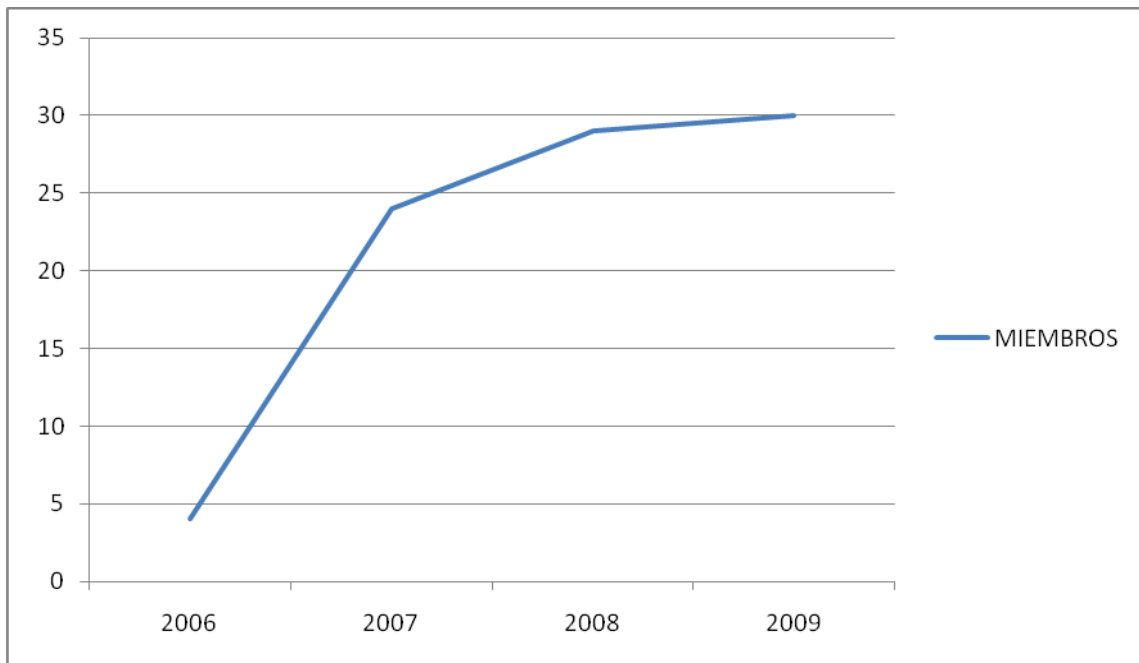


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Onda Local

Tanto es así que, de 8 estaciones con las que se funda la “red local”, para el año 2008 ya suma 30, aumentando en casi un 30% al año siguiente, 2009, en que llega a las 37 actuales. Así, se da en tres años un aumento del 362% en las aliadas, beneficiadas y motivadas por los puntos anteriormente explicados.

En el caso del Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios se da una situación especial, pues de manera unilateral y completa por parte del gobierno, se decide la colocación de las radios en lugares donde antes no existían. No obstante, dichas radios tampoco podrían contabilizarse de no ser por dicho proyecto de cooperación, por lo que la suma de las emisoras también corresponde a una suma de intereses por parte de las comunidades en que beneficiaba la colocación de un medio de comunicación financiado dada su incapacidad para construirlo o conseguir financiación.

Gráfico 13. Progresión del número de miembro de las RPOs

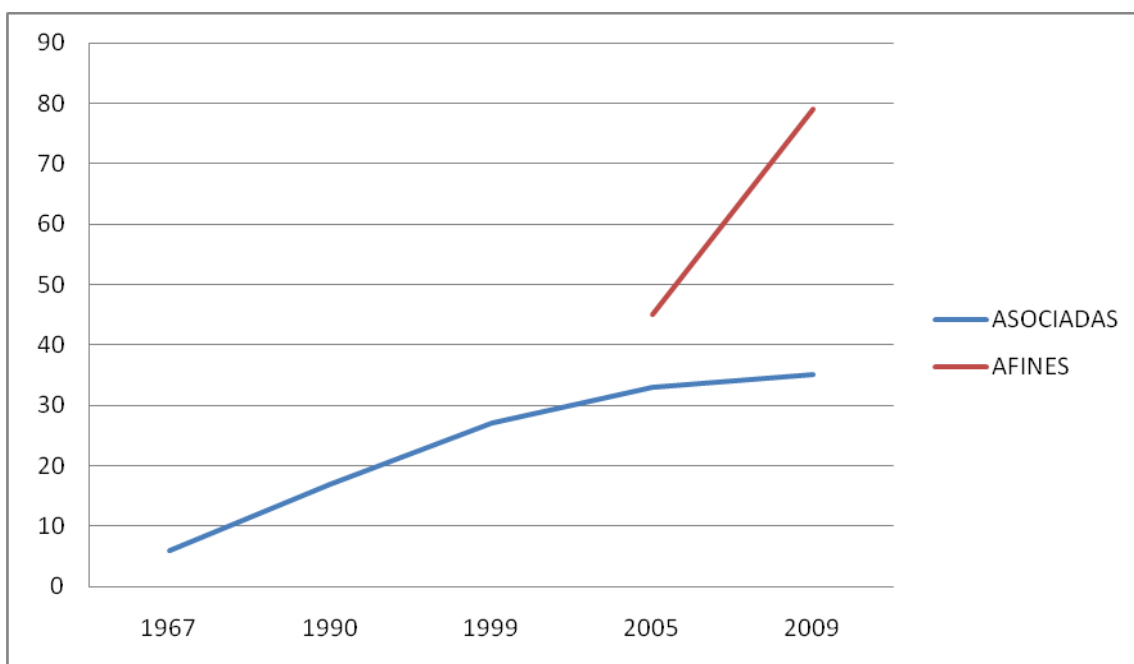


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de RPOs

Por tanto, desde el momento de su fundación en 2006 con 4 radios, a finales de 2007 contaba ya con 24 emisoras miembros de la red, pasando en 2008 a 29 y sumando una más en 2009, con la perspectiva de la instalación de 85 más –emisoras menores- para los próximos años. Tanto es así, que en un par de años la cifra aumentó en más de un 600% del número de aliadas, con el agravante de que también fueron puestas en marcha por la DINACOM.

Finalmente, ERBOL puede dar una perspectiva más compleja pues, a pesar de que es una red que lleva exitosamente adquiriendo socias desde hace más de 40 años, se puede comparar desde los años 90 si la tasa de crecimiento se ha disparado.

Gráfico 14. Progresión del número de afiliadas a ERBOL



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ERBOL, Rojas. 1999:66, Beltrán y Reyes. 1993:22,23 y Beltrán. 2005:7

Comenzando por su fundación, en que contaba con 6 socias, más de veinte años después, en 1990, la cifra de asociadas a la red había ascendido a 17, 11 más que en el año 1967. Coincidiendo con los datos de ALER y la pérdida de poder adquisitivo de las radios en la región, en el año 1999 la tasa de crecimiento aumentó casi tanto como en los veinte años anteriores, alcanzando la cifra de 27 radios asociadas. Seis años más tarde, en 2005, las socias ascendían a 33, y en 2009, cifra que se mantiene hasta ahora, son 35 las instituciones asociadas a ERBOL. Por tanto, durante los primeros veinte años se creció, en número de emisoras miembros de la red, casi la mitad que en los veinte posteriores, dando cifras de crecimiento prácticamente similares desde el año 1967 hasta el año 1990 que las que aportan desde ese año 90 hasta el final de la década, 1999. En otro tipo de régimen, analizando los datos sobre radios afines se puede encontrar que desde los primeros datos con los que el estudio cuenta (2005) se aumentó en casi un 100% desde las 45 de dicho periodo hasta las 79 radios con las que cuenta en el año 2009.

Así, se observa que las redes han experimentado durante los últimos años una tendencia a la concentración motivada por la pérdida de poder adquisitivo especialmente debido a la retirada de subvenciones externas y la oferta por parte de las redes de servicios atractivos desde la perspectiva de las “alterradios” como entes tendentes al “autosostenimiento”. Sin embargo, no se puede entender esta concentración como parte de la economía de las

industrias culturales. Según las características de Albornoz (2009), podríamos hablar de un producto industrializado, pues cumple con los tres requisitos básicos:

- **Significativo capital:** las RPOs con 2\$US de presupuesto, o la facturación de más de 1,7\$US al año de ERBOL, pueden considerarse como capitales importantes dentro de un sector, el de la radio, que no maneja cifras mucho mayores ni siquiera en sus representaciones más comerciales
- **Producción mecanizada:** existe en las tres radios producción mecanizada de contenidos al poseer una planificación de parrilla semanal, en la cual se insertan un número de productos que superan las horas de emisión a modo de posibilitar la elección
- **División del trabajo:** en los planes de capacitación y en las estrategias de planificación de las redes, aparece de manera ideal una división del trabajo en varias áreas por parte de sus emisoras miembros.

Pero una cosa es industrialización, y otra muy distinta industria cultural:

- Es cierto que la materia prima de las “alterradios” y las redes es el trabajo simbólico
- Su valor de uso ligado a la personalidad de sus creadores, aunque especialmente de sus comunidades y asociaciones.
- Existe, como en toda IC, alto riesgo de valorización
- La renovación constante es una necesidad, quizá aquí más acuciante, en contra de la estandarización obligada de cualquier otra industria. La necesidad de estos medios de ofrecer productos que la mayoría no acepta, produce que dichos medios estén más dispuestos a la aleatoriedad.
- Su economía posee a su vez elevados costes fijos del prototipo, relativamente reducidos costes variables (de distribución y comercialización) y casi nulos costes por consumidor complementario, siendo en el caso de la radio quizá menos grave esta disfunción.

Por el contrario, y a pesar de poseer todas las anteriores características, carecen las redes de alterradios investigadas de, posiblemente, la significación más importante a la hora de identificar una IC. En dichas redes no existe una presencia intensiva de las economías de

escala. La preocupación por los ahorros y los beneficios crecientes adheridos al incremento del mercado, principal característica que impulsa al mercado de las IC a la concentración empresarial, no supone una cuestión tan relevante en la medida que dichas redes trabajan alrededor de una economía de “subsistencia autosostenida” como ideal de funcionamiento. Su objetivo principal no es la implementación de beneficios, sino el aumento de la oferta hacia sus socias para que estas, a su vez, puedan disponer de mayores posibilidades de oferta a sus “receptores”.

Por tanto, se puede concluir con una serie de afirmaciones que son el minúsculo legado de esta investigación:

- Las redes de “alterradios” han sufrido durante los últimos años un crecimiento exponencial debido en gran parte a dos razones fundamentales:
 - o La pérdida de poder adquisitivo de las “alterradios” debido a la retirada de la financiación de la cooperación internacional a proyectos exclusivamente concernientes a las mismas
 - o La oferta de un paquete de servicios (especialmente económicos – publicidad, mercadeo- y tecnológicos-interconexión, satélite, internet, soporte técnico,...-, pero también sociales, productivos e incluso jurídicos) atractivo para emisoras que por sus propios recursos no serían capaces de obtener e implementar.
- Las redes, como sujeto histórico y social, suponen un método importante de presión política a la hora de implementar políticas comunicacionales que les favorezcan, adscribiendo el apoyo de estaciones que por sí solas no son capaces de organizar ese tipo de presión.
- La interconexión obligada por las redes a sus miembros, abre un camino para el entendimiento y el enriquecimiento de las emisoras, pero también supone una lúgubre de sectarización política e imposición de una línea editorial unánime y acrítica. Habrá que estar atentos.
- Las redes de “alterradios”, como instituciones fiscales y privadas, se insertan en un proceso de concentración, pero ciertamente distinto al que se lleva a cabo en el mercado de las IC. Como organizaciones privadas de servicio público, sus metas económicas se alejan del incremento de los beneficios para acercarse más a la autosostenibilidad de sus miembros a través de la oferta y el apoyo en los diferentes campos específicos de actuación, buscando para sí tan sólo su propio sostenimiento.

VI. Referencias

- Aguirre Alvis, José Luis. *Estado y oportunidades para una normatividad de medios de comunicación equitativos e inclusivos*. La Paz: AMARC, 2007a.
- *La radiodifusión comunitaria en Bolivia. Un signo de esperanza por un pluralismo desde la palabra*. La Paz: AMARC, 2006.
- *Proceso de legalización de la radiodifusión comunitaria en Bolivia*. La Paz: AMARC, 2007b.
- Albornoz, Luis Alfonso. *Industrias Culturales. Seminario Instituto Iberoamérica*. Salamanca, 2009.
- AMARC. AMARC. [En línea] <http://www.amarc.org>, 2010.
- *Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*. Buenos Aires: Programa de Legislaciones y derecho a la comunicación. Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe AMARC ALC, 2009.
- y DINACOM *Acuerdo Interinstitucional del Encuentro Nacional de Radiodifusión Comunitaria en Bolivia*. La Paz, 2006.
- Asamblea Constituyente de Bolivia. *Nueva Constitución Política del Estado*. La Paz: Congreso Nacional, 2008.
- ATT. ATT [En línea] <http://www.att.gob.bo>, 2010.
- *Listado de Radios Comunitarias*. La Paz: ATT, 2009.
- Beltrán Salmón, Luis Ramiro. *La radio del pueblo en Bolivia: acceso, diálogo y participación*. Santa Fe: Jornadas sobre el Derecho de los Pobres a la Información y la Educación, Mayo de 2005.
- y Reyes, Jaime. Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación. *DIÁLOGOS de la Comunicación, revista teórica de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social*. 1993, 35. pp. 14 –31.
- Berlín Villafaña, Irving. Tipologías radiofónicas y una propuesta sistemática. *Revista Latina de Comunicación Social*. 1998, 3.
- Camacho Azurduy, Carlos A. *Las radios populares en la construcción de ciudadanía: Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*. La Paz: UASB, 2008.
- CEPAL. CEPAL [En línea] <http://www.eclac.org>, 2010.
- Chaparro Escudero, Manuel. *Radio pública local*. Sevilla: Fragua Editorial, 1998.
- Radios y televisiones públicas y alternativas en Europa. *I Congreso Internacional de la Lengua*. Zacatecas: Instituto Cervantes, 1997.
- Congreso Nacional. *Ley de telecomunicaciones 1.632*. La Paz: Congreso Nacional, 1995.
- COORDINACIÓN RADIO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS. *Presentación de Participación de Corresponsales*. La Paz: COORDINACIÓN RADIO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS, 2008.
- DINACOM. *Implementación y consolidación del Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios de Bolivia. Términos de referencia. Reformulación del proyecto técnico de construcción de modulo radial*. La Paz: DINACOM, 2007
- Ejecutivo Nacional *Reglamento Ley de Telecomunicaciones D.S.24132*. La Paz: Congreso Nacional, 1995.
- *Decreto Supremo para la Reglamentación de la Radiodifusión Comunitaria D.S. 27.489*. La Paz: Congreso Nacional, 2004.
- *Reglamentación y Simplificación del trámite de obtención de licencia para el funcionamiento de la radiodifusión comunitaria D.S. 28526*. La Paz: Congreso Nacional, 2005.
- *Reglamento de provisión de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales del territorio nacional D.S. 29174*. La Paz: Congreso Nacional, 2007.
- ERBOL. ERBOL [En línea] <http://erbol.com.bo>, 2009.
- ERBOL. *Manual de planificación estratégica para el fortalecimiento de nuestras radios*. La Paz: ERBOL, 2008.
- *Plan estratégico ERBOL 2005-2010*. La Paz: ERBOL, 2005.

- FAM. *10 años. Un camino construido para Bolivia*. La Paz: FAM, 2009.
- Grebe, Ronald. *De las emisoras sindicales a las radios comunitarias en Bolivia*. La Paz: Instituto Prisma, 2001.
- Geerts, Andrés y Van Oeyen, Víctor. *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito: ALER, 2001.
- Gumucio, Alfonso y Tufte, Thomas. Raíces e importancia. Introducción a la Antología de Comunicación para el Cambio Social en Gumucio Dragón, Alfonso y Tufte, Thomas (comps.) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. pp. 16-45.
- Herrera Miller, Karina M. *¿Del grito pionero... al silencio? Las radios sindicales mineras en la Bolivia de hoy*. La Paz: Friedrich Ebert Stiftung, Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (FES-ILDIS), 2006.
- Kluitenberg, Eric. Medios sin audiencia en Gumucio Dragón, Alfonso y Tufte, Thomas (comps.) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. p. 9
- López Vigil, José Ignacio. *Ciudadana Radio. El poder del periodismo de investigación*. Venezuela: Ministerio de Comunicación e Información, 2008.
- *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: Artes gráficas SILVA 551-236, 1997.
- Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo, 2009.
- Mata, María Cristina. ¿Radio popular o comunitaria? *CHASKI, Revista Latinoamericana de comunicación*. 1993, 47. pp. 57-59.
- Mefalopulos, Paolo. Ampliando las fronteras del desarrollo: de la comunicación participativa a la comunicación empoderadora en Gumucio Dragón, Alfonso y Tufte, Thomas (comps.) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. p. 1148.
- Mosco, Vincent. La economía política de la comunicación: una actualización diez años después. *Cuadernos de Información y Comunicación*. 2006, 11. pp. 57-79
- Núñez, Gastón. *Las Radios de los Pueblos Originarios en el Proceso de Cambio*. La Paz: DINACOM, 2007.
- O'Connor, Alan. People's radio in Latin America: a new assessment. *Media Development*. 1989, 2. pp. 503-507.
- Onda Local. *Convenio Institucional*. La Paz: Onda Local, 2006.
- ONDA LOCAL [En línea] <http://www.ondalocal.org.bo>, 2009.
- Opoku-Mensah, Aida. La radio, conflicto y transición política: el futuro de la radio comunitaria en África en Gumucio Dragón, Alfonso y Tufte, Thomas (comps.) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. Págs. 1063-1070.
- Opubor, Alfred E. Si la comunicación comunitaria es la pregunta, cuál es la respuesta? en Gumucio Dragón, Alfonso y Tufte, Thomas (comps.) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. Págs. 1054-1062.
- Peppino Barale, Ana María. *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. México D.F.: Plaza y Valdés, 1999.
- Ramos, Édgar. *Inclusión y dignidad indígena*. La Paz: Comunidad de Derechos Humanos, 2005.
- *Medios de comunicación por municipio*. La Paz: Red Guía Municipal de Bolivia, 2003.
- RED PATRIA NUEVA. PATRIA NUEVA [En línea] <http://www.patrianueva.bo>, 2010.
- Rodríguez, Clemencia. De medios alternativos a medios ciudadanos en Gumucio Dragón, Alfonso y Tufte, Thomas (comps.) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. Págs. 1130-1150.
- Rojas Burgos, Constantino. *Radio Chivalaki: una emisora regional para el desarrollo*. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo, 1999.
- Segovia, Ana. *Treinta años de economía política de la comunicación: Las aportaciones de Herbert I. Schiller*. Madrid: UCM, 2001.

SITTEL y UCB *Convenio Interinstitucional de cooperación y servicios*. La Paz: SITTEL, 1999.

----- *Diez años de revolución de las telecomunicaciones*. La Paz: SITTEL, 2004.

Tremblay, Gaëtan. Economía política del espacio público y mutaciones mediáticas. *Cuadernos de Información y Comunicación*. 2006, 11. pp. 223-240

UNESCO, *How to do community radio*. New Delhi: UNESCO- Asia-Pacific Bureau For Communication and Information, 2002.

Viceministerio de Inversión Pública y Financiamiento Externo. *Convenio CIF UAP/VEN/1070/2006*. La Paz: VIPFE, 2006.

VV.AA. *Ya no es posible el silencio. Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina – Friedrich Ebert Stiftung, 2007



VII. Anexos

1. Anexo I. Radios Comunitarias amparadas por el D.S. 29.714

N°	LOCALIDAD	DEPARTAMENTO	FRECUENCIA FM	FRECUENCIA AM
1	Calamarca	La Paz	100.3 MHz	
2	Apolo	La Paz	98.1 MHz	
3	Calacoto	La Paz	96.7 MHz	
4	Achacachi	La Paz	100.5 MHz	
5	Comanche	La Paz		1510 KHz
6	Huyu Huyu	La Paz	93.1 MHz	
7	Raqaypampa	Cochabamba		1110 KHz
8	Huatajata	La Paz	98.9 MHz	
9	Humanata	La Paz	92.3 MHz	
10	San Martín de Padilla	La Paz	107.3 MHz	
11	Sococoni	La Paz		1340 KHz
12	Huañacaua	Cochabamba		1600 KHz
13	Santiago de Machaca	La Paz	97.7 MHz	
14	Cantón Eduardo Avaroa	La Paz	90.9 MHz	
15	Santiago de Huata	La Paz	107.7 MHz	
16	Santo Domingo de Machaca	La Paz	100.3 MHz	
17	Tacobamba	La Paz	94.5 MHz	
18	Capilaya	La Paz		1250 KHz
19	General Saavedra	Santa Cruz	104.7 MHz	
20	Buena Vista	Santa Cruz	91.9 MHz	
21	Jihuacuta	La Paz		670 KHz
22	Caracollo	Oruro		1580 KHz
23	La Américas	La Paz	94.7 MHz	
24	Lahuachaca	La Paz	99.3 MHz	
25	Puerto Chaguaya	La Paz	96.3 MHz	
26	Tacoma	La Paz	95.7 MHz	
27	Los Troncos	Santa Cruz	99.3 MHz	
28	Canaviri	La Paz		1290 KHz
29	Patapatani	La Paz		1440 KHz
30	Machacamarca	La Paz	102.9 MHz	
31	Ivirgarzama	Cochabamba	94.7 MHz	
32	Titicachi	La Paz	95.5 MHz	
33	Azurduy	Chuquisaca		1080 KHz
34	Machareti	Chuquisaca		1080 KHz
35	Carama	Chuquisaca		1080 KHz
36	Villa Huacaya	Chuquisaca		1050 KHz
37	Tomina	Chuquisaca		900 KHz
38	Sopachuy	Chuquisaca		1080 KHz

39	Surima	Chuquisaca		1540 KHz
40	Capinota	Cochabamba	90.1 MHz	
41	Batallas	La Paz	103.9 MHz	
42	San Ramón	Santa Cruz	100.3 MHz	
43	Copacabana	La Paz	95.7 MHz	

Fuente: ATT

2. Anexo II. Radios aliadas de Onda Local

Nº	Departamento	Municipio	Aliada	FIGURA LEGAL
1	La Paz	Achacachi	Radio Illampu	Privada
2	La Paz	Apolo	Radio Franz Tamayo 98.1 FM	Privada
3	La Paz	Licoma Pampa	Radio Licoma 103.7 FM	Municipal (De la alcaldía)
4	La Paz	El Alto	Radio Atipiri 840 AM	Pertenece a un Centro de capacitación indígena
5	La Paz	Mecapaca	Radio Sur Agricultura 94.7 FM	Privada
6	La Paz	Sorata	Radio Maya 94.6 FM	Privada
7	La Paz	El Alto	Radio Municipal 6 de Marzo 1.120 AM	Municipal (De la alcaldía)
8	La Paz	Tipuani	Radio Libertad 107.1 FM	Privada
9	La Paz	Patacamaya	Radio América 103.7 FM	Privada
10	La Paz	Pucarani	Radio Nevado 105.5 FM	Privada
11	La Paz	Jesús de Machaca	Radio Líder Bolivia	Privada
12	La Paz	Chulumani	Radio Provincia	Privada
13	Oruro	Curahuara de Carangas	Radio Municipal Sajama 102.5 FM	Municipal (De la alcaldía)
14	Oruro	Santiago de Huari	Radio Global Comunicaciones 100 FM	Privada
15	Potosí	Potosí	Patrimonio del Sur 1.480 AM	Privada
16	Potosí	Villazón-Berque	Radio Nuevo Horizonte	Pertenece a una Unidad Educativa de la comunidad
17	Potosí	Llallagua	Radio La Voz del Minero	Municipal (De la alcaldía)
18	Chuquisaca	Camargo	Radio Sur	Privada
19	Chuquisaca	Sucre	Radio La Plata 99.FM	Privada
20	Chuquisaca	Padilla	Radio Municipal Integración	Municipal (De la alcaldía)
21	Cochabamba	Cochabamba	Radio Nacional 1.250 AM	Municipal (De la alcaldía)
22	Cochabamba	Capinota	Radio Magnal 90.1 FM	Privada
23	Cochabamba	Entre Ríos	La Voz de América 88.1 FM	Privada
24	Cochabamba	Chimoré	Radio Chimoré 102.3 FM	Privada
25	Pando	Cobija	Radio Amazonía 107.1 FM	Privada
26	Beni	Riberalta	Radio Norte de Riberalta 94.5FM	Privada
27	Beni	San Ignacio de Mojos	Radio Mátire 106.7 FM	Privada
28	Santa Cruz	Puerto Suárez	Radio Cultura 103.5 FM	Privada
29	Santa Cruz	Puerto Suárez	Radio Frontera 104.7 FM	Privada
30	Santa Cruz	Comarapa	Radio Melodía de Amistad 104.3 FM	Privada
31	Santa Cruz	San Miguel de Velasco	Radio Misiones 104.3 FM	Privada
32	Santa Cruz	Camiri	Radio Del Chaco 96.7 FM	Privada

33	Santa Cruz	Charagua	Radio Agüaragüe 98.5 FM	Privada
34	Santa Cruz	Buena Vista	Radio Aventura	Privada
35	Tarija	Villamontes	Radio Cielo 94.1	Privada
36	Tarija	Yacuiba	Radio Nuevo Horizonte 96.7 FM	Privada
37	Tarija	Tarija	Radio ABC 99.9	Privada

Fuente: Onda Local

3. Anexo III. Radios aliadas a la Red Nacional de Radios de los Pueblos Originarios.

N°	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	LOCALIDAD	RADIO	FRECUENCIA FM	FRECUENCIA AM	FIGURA JURÍDICA	IDIOMA
1	LAPAZ	INQUISIVI	PIPINI	LA VOZ DE TUPAK KATARI	99.9 MHz		ORIGINARIA	AYMARA
2	LAPAZ	SUD YUNGAS	LA ASUNTA	LA ASUNTA	99.9 MHz		ORIGINARIA	AYMARA
3	LAPAZ	OMASUYOS	ACHACACHI	JACHA OMASUYOS	99.7 MHz		ORIGINARIA	AYMARA
4	LAPAZ	CARAVANI	CARAVANI	LA VOZ DE LA MAYORÍA		1.080 KHz	ORIGINARIA	AYMARA
5	LAPAZ	BAUTISTA SAAVEDRA	CHAJAYA CHARASANI	KALLAWAYA	99.9 KHz		ORIGINARIA	AYMARA
6	ORURO	S. CARANGAS	ORINOCA	ORINOCA		1.030 KHz	ORIGINARIA	AYMARA
7	ORURO	ABAROA	QAQACHACA	QAQACHACA		1.040 KHz	ORIGINARIA	AYMARA
8	ORURO	SABAYA	SABAYA	SABAYA		1.050 KHz	ORIGINARIA	AYMARA
9	POTOSÍ	JOSÉ MARÍA LINARES	CAIZA D	CAIZA D		1.050 KHz	ORIGINARIA	QUECHUA
10	POTOSÍ	CHAYANTA	COLQUECHACA	COLQUECHACA		1.030 KHz	ORIGINARIA	QUECHUA
11	COCHABAMBA	AYOPAYA	INDEPENDENCIA	GUERRILLEROS DE INDEPENDENCIA		1.050 KHz	ORIGINARIA	QUECHUA
12	COCHABAMBA	CARRASCO	TOTORA	24 DE JUNIO		1.030 KHz	ORIGINARIA	QUECHUA
13	COCHABAMBA	TIRAQUE	LAUCA "Ñ"	KAWSACHUM COCA	99.9 MHz		ORIGINARIA	QUECHUA
14	CHUQUISACA	SUD ÁÑEZ	MOJOCOYA	MOJOCOYA		1.030 KHz	ORIGINARIA	QUECHUA
15	CHUQUISACA	YAMPARAEZ	TARABUCO	12 DE MARZO		1.040 KHz	ORIGINARIA	QUECHUA
16	CHUQUISACA	HERNANDO SILES	MONTEAGUDO	MONTEAGUDO	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
17	TARIJA	GRAN CHACO	VILLAMONTES	VILLA MONTES		1.040 KHz	ORIGINARIA	CASTELLANO
18	TARIJA	ARCE	BERMEJO	BERMEJO	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
19	SANTA CRUZ	CORDILLERA	CAMIRI	CAMIRI		1.040 KHz	ORIGINARIA	GUARANÍ
20	SANTA CRUZ	ÑUFLO DE CHAVEZ	SAN JULIÁN	SAN JULIÁN		1.040 KHz	ORIGINARIA	CASTELLANO
21	SANTA CRUZ	GERMÁN BUSH	PUERTO SUÁREZ	PUERTO SUÁREZ	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
22	SANTA CRUZ	SAN ANTONIO DE LOMERÍO	SAN ANTONIO DE LOMERÍO	MONKOX	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
23	SANTA CRUZ	VELASCO	SAN MIGUEL DE VELASCO	SAN MIGUEL DE VELASCO	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASRELLANO

24	SANTA CRUZ	GUARAYOS	YOTAÚ	YOTAÚ DE GUARAYOS	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASRELLANO
25	BENI	MOXOS	SAN IGNACIO DE MOXOS	AIRU SACHE	103.9 MHz		ORIGINARIA	CASRELLANO
26	BENI	VACA DIEZ	RIBERALTA	RIBERALTA		1,030 KHz	ORIGINARIA	
27	BENI	BALLIVIÁN	RURRENABAQUE	RURRENABAQUE	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
28	BENI	YACUMA	SANTA ANA DE YACUMA	SANTA ANA DE YACUMA	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
29	PANDO		FILADELFIA	FILADELFIA	99.7 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO
30	PANDO		PUERTO RICO	PUERTO RICO	99.9 MHz		ORIGINARIA	CASTELLANO

Fuente: Elaboración propia a través de los datos de Patria Nueva y Núñez, 2007:13

4. Anexo IV. Listado de repetidoras de Patria Nueva.

RADIO	FRECUENCIA FM	FRECUENCIA AM	FRECUENCIA ONDA CORTA
ILLIMANI LA PAZ	94.1 MHZ	1.020 KHZ	6.025
ACHACACHI	94.1 MHZ		
LAZA SUD YUNGAS	94.1 MHZ		
SUCRE	94.3 MHZ		
POTOSÍ	94.3 MHZ		
ORURO	94.3 MHZ		
TARIJA	94.3 MHZ		
TRINIDAD	94.3 MHZ		
COBIJA	94.3 MHZ		
MONTERO	94.3 MHZ		
YACUIBA	94.3 MHZ		
COCHABAMBA	94.3 MHZ		
SANTA CRUZ	102.3 MHZ		

Fuente: Patria Nueva

5. Anexo V. Radios adscritas a ERBOL. Asociadas y afines

ASOCIADAS						
Nº	Departamento	Asociada	Municipio/Localidad	Figura Legal	Frecuencia FM	Frecuencia AM
1	Beni	RADIO SAN MIGUEL	RIBERALTA			
2	Pando	RADIO FRONTERA	COBIJA			
3	Santa Cruz	RADIO ALTERNATIVA	SANTA CRUZ DE LA SIERRA			
4	Santa Cruz	RADIO AUDIO BOSCO	SAGRADO CORAZÓN			
5	Santa Cruz	RADIO JUAN XXIII	SAN IGNACIO DE VELASCO	COMERCIAL	100.3 MHz	
6	Santa Cruz	RADIO PARAPETI	CAMIRI	COMERCIAL	98.7 MHz	
7	Santa Cruz	RADIO ICHILO	YAPACANI			
8	Santa Cruz	RADIO SANTA CRUZ	SANTA CRUZ DE LA SIERRA			
9	Santa Cruz	RADIO MARÍA AUXILIADORA	MONTERO	CULTURAL		850 KHz
10	La Paz	RADIO SAN GABRIEL	EL ALTO			
11	La Paz	CEBIAE	LA PAZ			
12	La Paz	RADIO YUNGAS	CHULUMANI			
13	La Paz	RADIO SANTA CLARA	SORATA			
14	La Paz	RADIO COPACABANA	COPACABANA			
15	La Paz	RADIO PACHAMAMA	EL ALTO			
16	La Paz	RADIO CHAKA	PUCARANI			
17	La Paz	RADIO QHANA	LA PAZ			
18	La Paz	RADIO SARIRI	ESCOMA			
19	La Paz	RADIO ERBOL	LA PAZ			
20	Oruro	RADIO HORIZONTES	HUANUNI	COMERCIAL		1380 KHz
21	Oruro	RADIO PÍO XII	ORURO	COMERCIAL	99.9 MHz	
22	Potosí	RADIO ACLO	POTOSÍ	CULTURAL		680 KHz
23	Potosí	RADIO PÍO XII	SIGLO XX	COMERCIAL		720 KHz
24	Cochabamba	RADIO PÍO XII	COCHABAMBA			
25	Cochabamba	RADIO CHI WALAKI	VACAS			
26	Cochabamba	RADIO DOMINGO SAVIO	INDEPENDENCIA			
27	Cochabamba	RADIO KANCHA PARLASPA	COCHABAMBA			
28	Cochabamba	RADIO SOBERANÍA	CHIPIRIRI			
29	Cochabamba	RADIO PANORAMA	PUNATA			
30	Cochabamba	RADIO ESPERANZA	AIQUILE			
31	Cochabamba	RADIO DON BOSCO	KAMI			
32	Cochabamba	RADIO SAN ISIDRO	COLOMI			
33	Chuquisaca	RADIO ACLO	SUCRE			
34	Tarija	RADIO BERMEJO	BERMEJO			
35	Tarija	RADIO ACLO	TARIJA			
AFINES						
Nº	Departamento	Afin	Municipio/Localidad	Figura Legal	Frecuencia FM	Frecuencia AM
1	Beni	RADIO BAMBÚ	GUAYARAMERÍN	COMERCIAL	101.1 MHz	
2	Beni	RADIO ITÉNEZ	MAGDALENA			

3	Beni	RADIO MÁTIRE	SAN IGNACIO DE MOXOS			
4	Beni	RADIO AMÉRICA LATINA	SAN BORJA	COMERCIAL	95,5 MHz	
5	Beni	RADIO PATUJÚ	TRINIDAD	COMERCIAL	95.1 MHz	
6	Beni	RADIO ECOLOGÍA	REYES			
7	Beni	RADIO MOHINCHO	SANTA ANA DE YACUMA			
8	Santa Cruz	RADIO CHIQUITTANÍA	CONCEPCIÓN			
9	Santa Cruz	RADIO ECCO	CUEVO			
10	Santa Cruz	RADIO FRONTERA	PUERTO SUÁREZ			
11	Santa Cruz	RADIO MISIONES	SAN MIGUEL DE VELASCO			
12	Santa Cruz	RADIO YAGUARÍ	VALLEGRANDE			
13	Santa Cruz	RADIO MILENIO	BOYUIBE			
14	Santa Cruz	RADIO NATIVA	SAN JOSÉ DE CHIQUITOS			
15	Santa Cruz	RADIO ARCO IRIS	CUATRO CAÑADAS			
16	Santa Cruz	RADIO CENTRAL	SAN JULIÁN	COMERCIAL	103.5 MHz	
17	Santa Cruz	RADIO JUVENIL	ROBORÉ			
18	Santa Cruz	RADIO AS	CHARAGUA			
19	Santa Cruz	RADIO FIESTA	SAN JAVIÉR			
20	Santa Cruz	RADIO CHIQUITTANIA	CONCEPCIÓN			
21	Santa Cruz	RADIO ECOLOGÍA	SAN MATÍAS			
22	Santa Cruz	RADIO TROPICAL	CARMEN RIVERO			
23	Santa Cruz	RADIO JOVEN	SAN JOSÉ DE CHIQUITOS			
24	Santa Cruz	RADIO CORAZÓN	MAYRANA			
25	La Paz	RADIO BELÉN	UYU UYU			
26	La Paz	RADIO NUEVA GENERACIÓN	CORPA			
27	La Paz	RADIO KOLLASUYO MARKA	TIWANAKU			
28	La Paz	RADIO ALTTUD	HUATAJATA			
29	La Paz	RADIO TAIPICHULLO	RIO ABAJO			
30	La Paz	RADIO WIÑAY JATHA	COMANCHE			
31	La Paz	RADIO SIGLO XXI	HUANCANÉ			
32	La Paz	RADIO MARISCAL SANTA CRUZ	ACHACACHI			
33	La Paz	RADIO LACUSTRE	TIQUINA			
34	La Paz	RADIO UCHUMACHI	COROICO			
35	La Paz	RADIO FRANZ TAMAYO	APOLO			
36	La Paz	RADIO CANDELARIA	COROICO			
37	La Paz	RADIO TROYA	LAUHANCHACA			
38	La Paz	RADIO MAYA	PATACAMAYA			
39	La Paz	RADIO DEL VALLE	SANTIAGO DE KOLLANI			
40	La Paz	RADIO SIGLO XXI	VIACHA			
41	La Paz	RADIO ORIGEN	IXIAMAS			
42	La Paz	RADIO CUMBRE	BATALLAS			
43	La Paz	RADIO TAHUANTINSUYO	LAJA - TARACO			
44	La Paz	RADIO SUR AGRICULTURA	RÍO ABAJO			
45	La Paz	RADIO TROPICAL SUR	LA ASUNTA			

46	La Paz	RADIO MANANTIAL	SICA SICA			
47	La Paz	RADIO QUANA AMAZONÍA	CARANAVI			
48	La Paz	RADIO PROLETARIO ANDINO	VILOCO			
49	La Paz	RADIO LARECAJA ESTUDIO 99	GUANAY			
50	La Paz	RADIO NORTE	TTTICACHI			
51	La Paz	RADIO ATIPIRI	EL ALTO			
52	La Paz	RADIO ARAQUEÑA DE COMUNICACIONES	CAIROMA			
53	La Paz	RADIO LA VOZ DEL CENTINELA	LOMA LINDA			
54	La Paz	RADIO BARTOLINA SISA	ARAJ SOJTA			
55	La Paz	RADIO ALAXPACHA	VIACHA			
56	La Paz	RADIO MELODÍA	GRAN PUNI			
57	La Paz	RADIO ONDAS DEL TTTICACA	HUARINA			
58	La Paz	RADIO INTI PACHA	CHAWAYA			
59	Potosí	RADIO MULTICENTER	VILLAZÓN			
60	Potosí	RADIO LIBERTAD	TUPIZA			
61	Potosí	RADIO LÍPEZ	UYUNI			
62	Potosí	RADIO SAN BARTOLOMÉ	BETANZOS			
63	Chuquisaca	RADIO MARÍA REINA DE LOS APÓSTOLES	MONTEAGUDO			
64	Chuquisaca	RADIO VOZ DEL SUR	MACHARETÍ			
65	Chuquisaca	RADIO LIROMAR	MUYUPAMPA			
66	Chuquisaca	RADIO MENFIS	MONTEAGUDO			
67	Chuquisaca	RADIO AMENA	MONTEAGUDO			
68	Chuquisaca	RADIO INTEGRACIÓN	PADILLA			
69	Tarija	RADIO ABIGAIL	ENTRE RÍOS			
70	Tarija	RADIO FRONTERA	YACUIBA			
71	Tarija	RADIO PILCOMAYO	VILLAMONTES			
72	Tarija	RADIO PRIMAVERA	SAN JOSÉ DE POSITOS			
73	Tarija	RADIO TELEVISIÓN CARAPARÍ	CARAPARÍ			
74	Cochabamba	RADIO SAN LORENZO	COLCAPIRHUA			
75	Cochabamba	RADIO AGRICULTURA	SIPE SIPE			
76	Cochabamba	RADIO ECOLÓGICA	CLIZA			
77	Cochabamba	CRADIO CHIMORÉ	CHIMORÉ			
78	Cochabamba	RADIO LA VOZ DE AMÉRICA	ENTRE RÍOS			
79	Cochabamba	RADIO SANTA MARÍA DE LOS ÁNGELES	IVIRGARZAMA			

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ATT y ERBOL, 2008:2

VIII. Índice de gráficos e ilustraciones

Gráfico 1. Tipo de operadores privados de radio.....	33
Gráfico 2. Mapa ubicación radios Onda Local	39
Gráfico 3. Organigrama Directorio FAM.....	42
Gráfico 4. Organigrama Dirección Onda Local	43
Gráfico 5. Mapa ubicación radios RPOs	48
Gráfico 6. Organigrama RPOs.....	51
Gráfico 7. Radios con mayor participación 12/07-03/08	55
Gráfico 8. Ubicación radios asociadas ERBOL.....	57
Gráfico 9. Organigrama ERBOL.....	59
Gráfico 10. Desarrollo promedio de porcentajes de ingresos	64
Gráfico 11. Ingresos por cooperación internacional.....	65
Gráfico 12. Progresión del número de aliadas a Onda Local	70
Gráfico 13. Progresión del número de miembro de las RPOs	71
Gráfico 14. Progresión del número de afiliadas a ERBOL	72



IX. Índice de tablas

Tabla 1. Relación de entrevistas realizadas	11
Tabla 2. Mercado radiodifusión Bolivia.....	28
Tabla 3. Comparativa legislación Radiodifusión Comunitaria 2005/2007	35
Tabla 4. Medios pertenecientes a la FAM.....	41
Tabla 5. Programación obligatoria de interconexión.....	45
Tabla 6. Horarios de interconexión.....	54
Tabla 7. Horarios de interconexión ERBOL.....	62
Tabla 8. Logros político-legislativos de AMARC y otras redes e instituciones	67

