

**Autor:** Proyecto Radio Mochila - Paula Iuliano y Patricio Leguizamón  
**Título:** SEMBRAR MICRÓFONOS  
**Lugar:** Bolivia, 2011  
**Producción:** Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, [www.c3fes.net](http://www.c3fes.net)  
**Nota:** Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

## SEMBRAR MICRÓFONOS

¿Puede una radio que tiene un dueño particular y licencia comercial considerársela comunitaria?

Cuando se intenta definir qué es una radio comunitaria, muchos autores y textos ponen la lupa en la cuestión de la propiedad. Es decir, que muchas veces se plantea que se puede definir si una emisora es o no comunitaria, participativa, popular, etc., según a quién pertenezcan los equipos, las instalaciones, la licencia.

A esa pregunta nos vimos enfrentados cuando llegamos a Bolivia. Porque desde Argentina, con las experiencias que habíamos conocido, llevábamos más bien la concepción de que una radio privada, con dueño, no se correspondía con la imagen de una radio comunitaria. En Argentina, por lo general, este último tipo de emisoras pertenecen a agrupaciones, colectivos de personas, cooperativas, sindicatos, estudiantes, grupos de vecinos... es decir la propiedad y la gestión suelen ser comunes, colectivas y no de un particular. La palabra “dueño”, no cabe en el vocabulario de este tipo de experiencias en Argentina, más bien se asocia con “lo privado”, como aspecto negativo y propio de los grandes monopolios mediáticos que negocian con la información.

Pero en Bolivia nos hemos topado con otra realidad, con otro tipo de experiencias que salen de estos esquemas.

### De tener un programa a tener una radio

“Hacíamos un programa semanal en una radio de Mecapaca, se llamaba ‘Clavel y Canela’”; “La radio estaba mal administrada, de tumbo en tumbo, era difícil hacer el programa allí (...), entonces Manuel Fernández, conocido como Poncho Negro, que trabajaba allí, nos sugirió que la alquilemos para nosotros mismos poder levantarla”; “Cuando fuimos con la propuesta el dueño nos hizo una contrapropuesta: mejor se las vendo”.

Así, un poco azarosamente, empezó hace cuatro años la historia de Radio Sur Agricultura, en la comunidad de Valencia del municipio de Mecapaca, departamento de La Paz, Bolivia.

Carlos Soria Galvarro, reconocido periodista boliviano, por cuestiones de salud tuvo que mudarse de La Paz. Así fue que junto a Beatriz Mena, su esposa, también comunicadora, se fueron a vivir al municipio de Mecapaca, a una hora de la ciudad. Luego de seis meses de estar produciendo un programa semanal en una radio comercial de allí, y sin proponérselo, pero por esas cosas de la vida, terminaron comprando y gestionando una

emisora, que desde el comienzo la pensaron con perspectiva comunitaria.

Entonces, ¿por qué tener la licencia como una radio comercial?

En Bolivia, como en tantos otros países, la legislación sobre medios de comunicación no es tan clara respecto a los medios sin fines de lucro. Y justamente, en junio de este año, se abrió un nuevo debate por un proyecto de ley lanzado por el poder ejecutivo, en el cual el sector de la comunicación comunitaria no se sentía tan representado. Con este tipo de legislaciones, tener una licencia no comercial, o sea como medio sin fin de lucro, en muchas ocasiones trae más dolores de cabeza y obstáculos que beneficios. Es que en muchos países se considera que este tipo de medios deben tener poca potencia, lo que las limita a tener poco alcance, por calificarlos de “locales” y “rurales”. Pero además en muchos casos, errónea, aunque no inocentemente, se plantea desde la ley que por ser medios que no persiguen lucro deben estar imposibilitados de contar con publicidad en sus programaciones. Este planteo es absurdo desde la obviedad de que una emisora para poder funcionar de por sí ya tiene que pagar, aunque más no sea, los gastos de electricidad, con la que funcionan la computadora, la consola, el transmisor. Pues claro que en la realidad se suman más gastos de otros servicios, pago de operadores o personal que esté permanentemente en la radio, etc. La obviedad también está en que esos argumentos suelen ser impulsados por los medios comerciales que ven como competencia a las emisoras comunitarias.

Es verdad que la publicidad no es, ni debería ser, la única estrategia para la sostenibilidad económica de estas emisoras, pero también es verdad que muchas veces al verse imposibilitadas de este tipo de recurso, el barco comienza a hundirse y si no consiguen un flotador a tiempo, se ahogan o terminan devoradas por las grandes ballenas mediáticas.

Entonces, quizás podamos pensar que todo este tema de leyes y licencias, pueda ser uno de los factores a considerar como una de las causas de encontrar emisoras que se dicen comunitarias pero cuentan con licencia comercial y con dueño particular.

Aunque... ¿qué deberíamos priorizar al analizar un proyecto de comunicación, lo que dicen ser, la licencia que tienen o lo que hacen?

### **Poniendo el cuerpo... o los dientes**

Desde los comienzos, los directores de Sur Agricultura parece que tenían bien claro que la flamante radio tendría que ser un medio que se involucre con la comunidad y que esté comprometida con las situaciones que pasaban en el municipio.

“Prevenir antes que lamentar”, el nombre de una campaña de salud preventiva para niños y adolescentes del municipio, ideada e impulsada por esta emisora. Pero la campaña, no fue una campaña radial más. No se trató únicamente de quedarse en la cabina frente al micrófono y armar cuñas, *spots* o programas que hablaran sobre el tema de salud para concientizar o aconsejar a la población.

La radio salió a la calle a poner el cuerpo... y los niños del pueblo los dientes.

Durante dos semanas, los integrantes de la radio junto a médicos y dentistas del Centro de Salud de Mecapaca, se subieron al móvil, ya conocido por todos, un Volkswagen escarabajo (en Bolivia conocido como “peta”) color blanco con el logo de la radio, con el que recorrieron distintos establecimientos educativos realizando una evaluación médica a unos 500 niños, para conocer el estado nutricional y su salud dental; a la vez que les entregaban una ficha con los controles obtenidos y les regalaban cepillos de dientes para incentivarlos sobre el cuidado de sus dentaduras. Una vez finalizada esa etapa, con los datos recolectados, ahora sí desde los estudios de Sur Agricultura se analizaron las estadísticas y se dio a conocer a la población la situación alarmante con la que se encontraron: de los datos surgió que 7 de cada 10 niños tenían síntomas de desnutrición y el 90% de los estudiantes tenían problemas con su dentadura.

La radio en su rol de movilizadora, activa, presente... en el éter pero también en la calle.

El Centro de Salud del municipio además participa activamente en la programación. Este centro recibe enfermeros de otros lugares que van por tres meses a hacer sus prácticas. Una de las prácticas que se les exige es que dos veces por semana hagan un programa en la radio con temas de salud para informar a la población.

### **La casa es chica, pero las ideas grandes**

Y más problemas se encontraron y más campañas siguieron. El municipio de Mecapaca tiene un gran problema de ingobernabilidad acompañado de la desidia y resignación de los pobladores. Ese fue el análisis que hicieron desde la radio en 2010, cuando se acercaban las elecciones para acalde.

Ante semejante problemática decidieron entrar en acción.

Así surgió “Cuando votes no te equivoques”, que más que una frase que tiende a rimar terminó siendo un acto concreto de participación ciudadana. Esta campaña buscaba concientizar a los vecinos sobre la importancia de involucrarse en los problemas del municipio y en las elecciones. Pero nuevamente no se conformaron con transmitir mensajes y reflexiones desde dentro de cuatro paredes y una vez más salieron a la cancha. La culminación de la campaña fue con la actividad “Mecapaca 2015”. Con la idea de que la sociedad civil tenga un acercamiento con los candidatos a alcalde, la radio organizó un encuentro-debate, donde participaron los seis candidatos que expusieron sus propuestas y cerca de 500 pobladores que los escucharon y pudieron participar con preguntas o propuestas. Hace más interesante la experiencia, el hecho de que al concluir se redactó “La Plataforma de 21 puntos”, una lista con los puntos más destacados que la población presente consideraba fundamental para ser tenido en cuenta por el próximo gobierno. Esta plataforma fue firmada por la totalidad de los candidatos que se comprometían públicamente a cumplirla en caso de ser ganadores.

¿Cómo lograron que todos los candidatos se presentaran ese día al debate?

Semanas antes cuando los invitaban al evento, lo hacían en vivo y les solicitaban que dijeran al aire que ese día y a esa hora estarían presentes. Esos audios los fueron repitiendo hasta el día del evento, remarcando el compromiso que habían asumido. Esa estrategia ha generado otro gran logro: que el encuentro empezara con muy pocos

minutos de retraso, algo un tanto inusual en esa zona, donde la impuntualidad es rutina.

Todo el evento fue transmitido en vivo, pero no sólo por Sur Agricultura. Ya que si bien esta emisora fue la impulsora y organizadora, sin ánimo de tener la primicia o destacarse por sobre el resto, prefirió privilegiar la llegada masiva de la información y socializar los conocimientos, por lo que invitó a las otras dos emisoras de la zona (a pesar de ser de características meramente comerciales) y juntas transmitieron en vivo y en directo, lo que potenció la importancia del evento.

### **Entre vacas, ríos y antenas**

Al llegar a Valencia por primera vez, se tiende a caer en lugares comunes y decir “parece un lugar de película”. A menos de una hora de la ciudad de La Paz, no sólo se nota el contraste entre el ruido aturridor de la ciudad y el profundo silencio del pueblo; también los opuestos se sienten en el clima. En pleno junio uno sale de La Paz con todo el abrigo puesto y ya en viaje uno empieza cual cebolla, a sacarse una a una las capas de ropa. Al llegar a Valencia, el invierno parece convertirse como por arte de magia en una cálida primavera. De donde paran los trufis y los minibuses, se caminan unos doscientos metros por calle de adoquines, entre casas pintadas de colores con coloridas flores en sus techos. Se llega a la calle Turrini, allí se dobla y se abre una angosta callezuela con varias irregularidades en el terreno, rodeado de bastante vegetación. A unos trescientos metros más se divisa una torre detrás de un portón negro, en medio de un gran espacio verde. Entre una casa, la torre de la antena, plantaciones, a pasos del río y a metros de las grandes montañas, uno encuentra la cabina de la 94.7, Radio Sur Agricultura.

Una radio en una zona rural. Y el nombre empieza a cobrar sentido. “Agricultura” por estar justamente en una zona agrícola, donde la mayoría de los pobladores conservan su chacra, aunque muchos trabajan de otra cosa, inclusive en la ciudad, o tienen poco espacio, por tradición todos les siguen dedicando tiempo a la chacra. “La radio iba a llamarse ‘Radio Agricultura’, pero Beatriz es un poco supersticiosa y le habían dicho que traía buena suerte que los nombres empezaran con ‘s’, entonces desafiando a la gramática le pusimos ‘Radio Sur Agricultura’”, nos cuenta Carlos entre risas.

Y la radio no es la excepción, comparte el terreno con surcos de tierra arada, donde, depende la época del año, se puede encontrar por ejemplo maíz. Uno sale del estudio y la vista recorre un extenso espacio de un verde brillante, hacia el final del terreno dos o tres vacas pastando y más allá enormes montañas. Una imagen que a uno lo atrapa.

Lo comunitario parece no sólo estar en lo comunicacional. El pasto es de ellos pero las vaquitas son ajenas. Los directores-dueños de la radio hicieron un acuerdo con un vecino, entonces él lleva sus vacas a pastar allí y comparten los gastos de impuestos. Rompiendo un poco la lógica de la propiedad privada.

### **Localmente nacional**

A Sur Agricultura además de rural, muchos quizás la denominarían como radio local. Como una radio pequeña de un pequeño pueblo. Esta concepción lleva hilado el pensamiento de que entonces es una emisora que transmite algunos metros a la redonda y no más.

Por ser pequeña, ¿está condenada a estar aislada? ¿A quedarse sólo en lo local?

A esta radio, como a otras de su tipo, no le convence esa etiqueta con la que las suelen marcar. Sur Agricultura va por más y busca caminos para romper el mito de esas barreras imposibles de cruzar para una radio de una comunidad.

En principio lo local pero un poco más allá también. A principios de 2011, los directores decidieron instalar una antena arriba de un cerro porque no estaban saliendo bien por las características del terreno. El lugar que encontraron fue en Lipari, una de las comunidades vecinas a Valencia, a unos 7 km. A partir de entonces los vecinos de esa comunidad empezaron a escuchar la 94.7 y querer participar. En un “local de salchipapa” como le dice Carlos riendo, pudieron instalar provisoriamente una computadora con una consola y desde la torre llevar un cable hacia allí para que funcionara como otra cabina de transmisión; la apodaron “cabina 2”. El problema: faltaba gente que transmitiera desde ahí. Una de las soluciones: realizar un taller de capacitación para que las vendedoras del mercado, los jóvenes o quienes quisieran tuvieran un incentivo para empezar a salir al aire desde la cabina 2 y así ir sumando más voces e ideas en la programación. El taller lo realizó la radio en conjunto con el SECRAD (Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo de la Univ. Católica Boliviana), quienes se ofrecieron a dictar gratuitamente el taller durante tres domingos. En Mallasá, otra comunidad del municipio, un poco más cerca de la ciudad de La Paz, desde hace un tiempo están transmitiendo en algunos horarios desde la cabina 3, a través de un convenio con una persona que tenía los equipos pero no los utilizaba.

A pesar de estas otras dos cabinas, que permiten expandirse un poco más e involucrar a pobladores de zonas cercanas, todo sigue quedando dentro del mismo municipio, el de Mecapaca. Así que se propusieron buscar el equilibrio entre estar conectada a su entorno local pero a su vez romper el cascarón y tener conexión con toda Bolivia.

En ese desafío van encontrando alternativas interesantes como son las redes. Sur Agricultura está vinculada con dos: Red Satelital Erbol y Red Onda Local. Esto les permite por un lado fortalecer su programación con producciones externas y con informaciones nacionales. Por otro lado, también les permite trabajar comunicacionalmente desde lo que pasa en el municipio y con los vecinos de allí pero a su vez poder contar lo que sucede más allá de los límites acústicos a donde llega la emisora. Gracias al satélite y los celulares pueden sacarse el rótulo de isla y tender puentes; y no sólo para recibir noticias desde la capital del país, sino también para poder emitir informaciones desde el pueblo hacia la ciudad, un real “ida y vuelta”. Lo interesante de las redes, es que no son cadenas... justamente por éste ida y vuelta. Las cadenas de medios (por lo general utilizadas por los grandes grupos monopólicos de la palabra) son verticales y unidireccionales, desde un punto (que suelen ser las grandes ciudades) se reparte información para muchos otros puntos, que sólo son receptores y repetidores. En cambio las redes son telarañas que se tejen entre todos, las informaciones van en y desde todos los puntos y eso es lo que los fortalece mutuamente.

### **La grilla**

Manuel prende la radio a las cinco de la mañana, cuando en invierno es aún de noche, y

comienza su saludo en aymara. Durante las primeras horas continúa el programa en este idioma, intercalando con música y algunos despachos que realiza Janeth desde la calle. Por momentos, mientras hay música, Manuel sale para tomar un poco de sol, y entrar en calor porque en la cabina hace un poco de frío. Pero también en esos momentos aprovecha para trabajar un poco la tierra, que junto a Carlos preparan para pronto volver a sembrar. Al mediodía enlazan con ERBOL, para pasar el informativo. Así es que la radio tiene algunos programas propios y otros enlatados que son parte de convenios con distintas instituciones o con estas redes a las que pertenece. Uno de los mayores desafíos actuales tiene que ver con la programación, es decir incorporar programas realizados por diversos grupos de la sociedad, por ejemplo los estudiantes de secundario. El desafío y el deseo de que la población se “apropie” de la radio, que la sienta parte y pueda involucrarse no sólo por algún mensaje por teléfono, sino sentándose en la cabina y armando un programa.

### **Tan solo seis**

Al repasar la cantidad de campañas y actividades que realizan los integrantes de Radio Sur Agricultura, uno se imagina que son un gran número de personas que están permanentemente en la radio. Pero sorprende al contar seis personas, de los cuales cuatro son voluntarios. Carlos y Beatriz, los dos directores y dueños, no reciben ningún sueldo de la radio, ellos están jubilados y como nos dice Carlos, viven con sus pensiones. Después está Manuel Fernández, quien está la mayor parte del día en la cabina, por lo que sí está remunerado. Janeth Gamboa, trabaja durante la mañana haciendo los despachos desde la calle, y por ello su remuneración es de media jornada, la otra mitad del día debe tener otro trabajo muy alejado de la comunicación, situación que lamentan Carlos y Beatriz, pero por el momento si bien los recursos que consigue la radio le permiten la sostenibilidad, aún no son suficientes para que Janeth pueda estar plenamente dedicada a ella. Y por último: Agustín Mamani y Luis Moya, quienes hacen programas una vez por semana voluntariamente. Pero en las actividades que organiza la radio, en la medida de las posibilidades de cada uno, tratan de estar todos presentes ayudando de una u otra manera. Funcionando como una familia, todos comprometidos y trabajando codo a codo.

Después de compartir varios días viviendo la cotidianidad de la radio, uno percibe enseguida que lo que prima allí es la pasión por comunicar.

### **Del dicho al hecho**

La propiedad determina el perfil de la radio...puede ser, ¿pero siempre es así? ¿Cuántas de las radios que en sus cuñas se dicen plurales, participativas, realmente lo son? ¿O cuántas lo son de las que tienen licencia comunitaria? Los nombres, las definiciones, finalmente no son más que eso: nombres, definiciones, en fin simples palabras. Como describe Carlos, muchas veces las licencias son meras formalidades, porque lo que importa es el trabajo que se hace.

Lo interesante de los proyectos de comunicación participativa, popular, comunitaria son en definitiva las prácticas, que son los hechos, las acciones concretas. Políticas comunicacionales que traspasan el horizonte de los papeles donde están definidas y se materializan en actos que dejan huella.