

# Una experiencia de comunicación democrática: el caso de las radios comunitarias aymaras

*Carlos Mauricio Arroyo Gonçalves*

*Boliviano. Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magister en Comunicación y Desarrollo. Candidato doctoral en el programa sobre Derecho a la Información y Ética de la Universidad Complutense de Madrid España. Docente Tiempo Completo de la Carrera de Comunicación Social y Responsable del Servicio de Capacitación en Radio y Audiovisuales para el Desarrollo (SECRAD) de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, en Cochabamba.*

*Miembro del directorio de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC).*

*arroyo@ucbcbu.edu.bo*

## Resumen

Es de conocimiento común que las experiencias de comunicación comunitaria siempre han antecedido todo intento de teorización. El presente trabajo realiza una breve sistematización de una de esas innumerables experiencias en el continente, el de las radios comunitarias aymaras de Bolivia.

Para ello, se abordan primero nociones como la comunicación popular y la comunicación democrática, para luego hacer un acercamiento al concepto de derecho a la información que nos permite reflexionar sobre las diferentes formas de propiedad y funcionamiento de los medios de comunicación.

Con esos antecedentes teóricos, el cuerpo central del documento se destina a la presentación de algunos resultados y reflexiones sobre cómo se puede trabajar para democratizar la comunicación, esto a partir del acercamiento a la experiencia de una treintena de radios instaladas en la región andina de Bolivia.

**Palabras clave:** derecho a la información, democratización de la comunicación, radio comunitaria.

## Resumo

É de conhecimento comum que as experiências de comunicação comunitária sempre tem se antecipado a toda tentativa de teorização. O presente trabalho realiza uma breve sistematização de uma dessas inúmeras experiências no continente, o das rádios comunitárias aymaras da Bolívia.

Para isso, se abordan em primeiro lugar noções como a comunicação popular e a comunicação democrática, para depois fazer ua aproximação ao conceito de direito à informação que nos permite reflexionar sobre as diferentes formas de propriedade e funcionamento dos meios de comunicação.

Com esse antecedentes teóricos, o corpo central do documento se destina à apresentação de alguns resultados e reflexões sobre como se pode trabalhar por democratizar a comunicação, isto a partir da aproximação à experiência de quase trinta radios instaladas na região andina de Bolivia.

**Palavras chave:** direito à informação, democratização da informação, rádio comunitaria.

## Abstract

It is commonly known that the experiences of communitarian communications have always preceded any attempts of theorizing. This study presents a brief systematization of one of those countless experiences in the continent, the Aymara communitarian radios of Bolivia.

Basic knowledge sings like popular and democratic communications are tackled first, in order to approach to the concept of right to the information that allows us to reflect on the different forms of property and functioning of the mass media.

With these theoretical background, the main body of the document is destined to the presentation of some results and reflects on how to work on democratizing communications, starting on approaching to the experience of thirty radio stations set up in the Andean region of Bolivia.

**Key Words:** right to the information, democratization of communications, communitarian radio stations.

El presente trabajo, sobre las radios comunitarias aymaras como una experiencia de comunicación democrática, parte de los siguientes principios:

El concepto de democratización de la comunicación se refiere al proceso mediante el cual un individuo pasa de ser un simple objeto a ser un sujeto (elemento activo) de la comunicación.

Por lo tanto, todo proceso de democratización de la comunicación exige un incremento en: a) la pluralidad de discursos o variedad de mensajes intercambiados; b) el grado de participación; y c) la cantidad y calidad de la representación social.

Lo que supone, a su vez, el reconocimiento de otras posibles formas de propiedad de los medios (fortalecimiento de medios más numerosos y variados), así como un acceso mayor del público (de las comunidades, de las diferentes fuerzas y movimientos sociales) a los medios de comunicación, sin discriminaciones y exclusiones de unos por otros.

## 1. LA COMUNICACIÓN POPULAR Y LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Las características atribuidas, líneas arriba, al proceso de democratización de la comunicación vienen siendo promovidas, hace más de medio siglo, por centenas de radioemisoras en América Latina que en su momento fueron denominadas populares.

El campo de la comunicación popular es difícil de caracterizar. En términos conceptuales se presentan diversas definiciones, muchas consideradas como sinónimos y otras que proponen diferentes matices.

Así, a la comunicación popular también se la llama alternativa, horizontal, dialógica, democrática, comunitaria, participante, liberadora, emancipadora y de muchas otras formas, refiriéndose a las diversas propuestas o experiencias que están a la búsqueda de la democratización de la comunicación.

Más allá del denominativo que recibiera, históricamente –y en términos reducidos– se puede afirmar que existió un desplazamiento en la forma de entender a la comunicación popular que fue de la concepción política de lucha de clases, al énfasis en su expresión cultural.

La comunicación popular vista desde el ámbito de la cultura, trajo cambios significativos en la manera de asumir el fenómeno ya que el análisis de las prácticas

de comunicación popular pasó de un énfasis en los aspectos políticos/ideológicos a una indagación sobre las prácticas cotidianas y el intercambio simbólico entre las personas y grupos. El desplazamiento supuso distintas reflexiones sobre lo masivo y el ejercicio del poder, y a la vez implicó reconocer los vacíos y las contradicciones que acompañaban el fenómeno entendido políticamente.

De esta manera, si bien en un nivel político las experiencias de comunicación popular en América Latina ayudaron a levantar el debate sobre la democratización de la comunicación, desde un nivel cultural la comunicación popular ofreció la posibilidad que los sectores populares marginados –población indígena boliviana en este caso– se reconozcan entre sí mismos como actores sociales, volviéndolos –como se afirmaba al inicio– no sólo objetos sino sujetos de la comunicación.

No hay que negar por supuesto, que este trabajo ha sido realizado con limitaciones de diverso orden, pero este tipo de radios vienen explorando un uso diferente del medio radial y poniendo en práctica el derecho social que tiene toda comunidad a la comunicación e información<sup>1</sup>, como base de la democracia.

### 1.1. Democratización de la comunicación y propiedad de los medios

En la democracia es fundamental el libre acceso a los canales de información y al ejercicio de libertad de expresión a través de los medios de comunicación masiva, para así garantizar el derecho de opinión y de participación de todos los sectores de la sociedad.

Sin embargo, para hacer realidad la democratización de la comunicación, se debe asegurar que aquellos sectores de la sociedad civil que

nunca tuvieron oportunidad de pronunciarse en términos de la comunicación masiva, puedan contar con los mecanismos para hacerlo. Esta situación exige sin duda una reorganización de la sociedad en todos sus sectores, lo que significa desencadenar procesos que generen formas más democráticas de comunicación y esto debe partir por el reconocimiento de diferentes estructuras de propiedad de los medios.

En términos generales cuando se habla de formas de propiedad y de funcionamiento de los medios, se definen tres tipos de propiedad (cada uno con objetivos diferentes y lógicas diversas):

Privada o comerciales

Pública o del Estado

Social o comunitaria.

En el primer caso, predomina la lógica de la rentabilidad económica que preside a los medios comerciales. En el segundo, la rentabilidad política que preside a los medios estatales (los partidarios). Y en el tercer caso, una lógica de rentabilidad sociocultural vinculada a todas aquellas experiencias individuales o colectivas que se articulan para hacer algún tipo de servicio a la comunidad.

Aunque esta clasificación es real, el sentido común señala la importancia de considerar matices y de reconocer que estas lógicas en muchos casos no se dan de manera pura. Aún más cuando en las actuales coyunturas sociopolíticas, para desarrollar proyectos comunicacionales, se presentan articulaciones entre algunos de estos niveles.

Sin embargo, tampoco se puede ocultar que la forma de propiedad y funcionamiento de los medios que menos impera en América Latina es la de propiedad social, situación paradójica cuando se habla de Estados democráticos, pues como afirma José Ignacio López Vigil, los medios comunitarios, como una tercera forma de propiedad frente a la comercial y la estatal, aseguran el ejercicio de la libertad de expresión de la sociedad civil, sin condiciones políticas o económicas (LOPEZ VIGIL 1996:3).

## 2. LA PROPUESTA SOCIAL DE LA RADIO EN BOLIVIA

La funcionalidad de la radio en Bolivia está asociada a las condiciones socio-culturales y de infraestructura propias de un país en vías de desarrollo:

En el primer caso, la característica fundamental reconocida desde la actual Constitución Política del Estado, que reformada en su artículo primero, reconoce el carácter multiétnico y pluricultural de la nación.

En el segundo caso, la ausencia de una suficiente infraestructura caminera –por no decir inexistente–, como de servicios básicos (concretamente energía eléctrica) y su diversa y amplia geografía, han generado el escenario propicio para que un medio como la radio explote al máximo sus potencialidades.

Bajo este impulso la radio en Bolivia, en los últimos años, a diferencia de otros países que van contrayendo sus lenguas nativas frente a la modernidad, ha ido cediendo mayor espacio a diferentes formas expresivas y lenguas nativas. Se considera por ello que la radio se constituye en actor central del proceso de democratización de la comunicación y de la información en la sociedad boliviana.

Sin embargo, en esta tarea no puede hablarse de un equilibrio entre los roles que van cumpliendo las propias emisoras del país en función de un servicio social. Así, las radioemisoras privadas o comerciales en su mayoría apuntan a una oferta de contenidos foráneos, frente a las emisoras comunitarias que se plantean como promotoras abiertas de la identidad cultural.

Este último tipo de estaciones de radio, a pesar de su baja potencia, su difícil sostenibilidad financiera y

---

**El concepto de democratización de la comunicación se refiere al proceso mediante el cual un individuo pasa de ser un simple objeto a ser un sujeto (elemento activo) de la comunicación.**

---

restringido alcance local, proponen espacios con participación de las audiencias y efectivas formas de servicio a sus comunidades.

Sin embargo, frente al papel de servicio social reconocido por grandes audiencias –ante todo de tipo rural-, son la precariedad técnica y la inseguridad legal las que atentan contra la sobrevivencia de muchas de estas emisoras comunitarias. Por tanto, los criterios de evaluación del escenario de radioemisoras en Bolivia deberían ser sensibles a estas condiciones objetivas, donde se tome en cuenta el papel social que desempeña un conglomerado de estaciones, que bajo las condiciones de la normatividad no es que merezcan un trato diferenciado, con desconocimiento de requerimientos de orden técnico; pero sí, por lo menos, merecen ser reconocidas como otra forma de organización.

Un buen balance entre las necesidades sociales de comunidades incomunicadas y separadas del influjo de los grandes medios masivos, y la concentración radiofónica de estaciones de orientación comercial en las grandes ciudades, debería permitir un ejercicio menos impulsado por la fórmula de pocas voces que concentren las opiniones desde las ciudades, y más bien promotor de la diversidad y el enriquecimiento local a partir de sus propias necesidades y formas culturales; permitiendo así que se haga efectivo el fundamental derecho a la comunicación y la información.

### 2.1. La experiencia de la radio comunitaria aymara

La información general sobre los antecedentes de la experiencia de radios comunitarias aymaras<sup>2</sup>, muestra como el contexto caracterizado por condiciones precarias de vida, en las que la aparición de necesidades inmediatas y coyunturales (ej. robo de ganado) es una constante, influyó significativamente en el desarrollo de la experiencia.

Por lo tanto, se puede pensar que la realidad social, política, económica y cultural, expresada en la cotidianidad de los sujetos, marca el nacimiento de la radio popular o comunitaria aymara; pudiéndose establecer a ésta como práctica cultural y comunicativa, articulándose con necesidades de bienestar, participación, recreación, organización y movilización de la sociedad.

Vale la pena recalcar, además, la dimensión de totalidad y de proceso que se puede identificar en la experiencia, como también la noción de cambio social a partir del fortalecimiento de la identidad cultural, que permea la práctica comunicativa.

De ahí que entre sus objetivos se destacan ideas como rescatar, conservar y fortalecer los valores culturales, creando para ello una conciencia intercultural, devolviéndole la voz al pueblo, así como también informando y entreteniéndolo. Pero veamos esto con calma.

Las dimensiones que han caracterizado algunas experiencias de comunicación popular en América Latina (denuncia, crítica a las estructuras de poder, la desigualdad entre otras), se encuentran presentes en la experiencia aymara, pero no necesariamente en esos términos con tan fuerte carga política, sino más bien como fruto de su realidad, basándose fundamentalmente en su tradición y conocimiento cultural. Siendo de esta característica que cobra sentido el trabajo desarrollado por la emisora, la naturaleza de los mensajes vehiculados por la radio, su opción por ofrecer una visión crítica de la realidad, y por cuestionar las condiciones en que vive la gente.

Por lo tanto, se identifica en el emisor, una propuesta de transformación (no sólo de información o mera comunicación) que trasciende el proyecto político y se constituye en un proyecto de vida; lo que lleva a que se interpele permanentemente a los sujetos para transformar las situaciones en las que viven, apelando a nociones como la organización y al orgullo cultural.

Sin embargo, este énfasis político y cultural no significa que en la radio comunitaria aymara no exista una propuesta recreativa e informativa, sino tan sólo que se la trabaja desde los elementos estéticos y simbólicos del acervo cultural de la misma población.

El análisis de la información muestra que la práctica comunicativa articula con mucha fuerza la dimensión cultural y expresiva del pueblo aymara, incorporándose elementos

de la vida social y personal. Lo cultural, en la perspectiva del emisor, no se refiere solo a la cuestión folklórica y musical, aunque existe un rescate de todo esto, sino a la construcción y afirmación de una identidad que parecía diluirse en una cultura macro (nacional), así como la recuperación de su historia y tradición, y el fortalecimiento de lazos entre comunidades.

Por otro lado, si bien en los antecedentes de cómo comenzó la experiencia, se puede detectar una posible influencia del denominado enfoque difusionista, pensando en la transmisión de información y persuasión como función de la comunicación, poco a poco el contexto mismo en el que surgió la radio aymara le imprimió otro sentido a la práctica comunicativa.

En este sentido, debe recordarse que la mayoría de estas experiencias nacieron como un proyecto personal, pero en su desarrollo posterior fue la misma población quien les fue dando el horizonte y la razón de ser; hasta el punto de ser considerados "la radio del pueblo".

Así, desde una visión más cultural de la comunicación, y sin negar que en su momento esta experiencia pudo tener o incorporar un esquema funcionalista, se debe destacar que en la articulación con el pueblo, el medio comienza a generar un intercambio de sentido que desborda sus propósitos iniciales.

En este sentido, la práctica de la radio aymara es mucho más amplia que lo meramente comunicativo, pues se articula con un proceso social. Los antecedentes de la experiencia, muestran que la radio no

surgió exclusivamente de la necesidad de responder a acontecimientos coyunturales, sino que las verdaderas necesidades -tal vez no detectadas en su momento- eran la participación, la organización comunitaria, la recuperación cultural, la recreación, la movilización y por qué no, el desarrollo de la región.

Ahora bien, por otro lado, no se puede olvidar que todo lo anterior está mediado a su vez por la tecnología; es decir, que las radios comunitarias rurales cubren un espacio limitado, dependiendo su calidad de la potencia y el estado de los equipos transmisores, como también de las condiciones de su instalación y de las características geográficas del lugar. Esta situación limita ampliamente la recepción de los mensajes y exige un cuidado permanente -a veces costoso- de la instalación de los equipos y de la calidad del sonido<sup>3</sup>.



Una dificultad de la comunicación popular, en su labor por democratizar la comunicación, ha sido identificada por muchos como el carácter artesanal de su producción, es decir, que se hace con instrumentos de bajos costos, donde se privilegia la búsqueda de "la verdad" antes que preocuparse por los aspectos formales en la elaboración de un mensaje. El análisis de la experiencia aymara, indica que estas características les son aplicables, pues se privilegia el contenido del mensaje en detrimento de los aspectos formales.

En este entendido, la audiencia señala que no es suficiente la preocupación por el contenido de los mensajes, sino también debería preocuparles la forma de presentación y circulación final de éstos.

Es así que debe tomarse conciencia que uno de los retos o desafíos, de la radiodifusión popular o comunitaria hoy en día, es no descuidar la forma de construcción y emisión de los mensajes. Las radios comunitarias están dentro de un contexto de mercado cultural amplio, en el cual existen otras ofertas para los radioescuchas, entre las cuales se han logrado posicionar y ahora deben mantener ese lugar.

Por lo tanto, debe insistirse en la idea de que aún cuando la radio comunitaria aymara tenga un carácter de medio local, no puede obviar en ningún momento el escenario de la comunicación masiva. Sus acciones deben apuntar a ganar y mantener un espacio en la opinión pública de los pobladores del lugar; lo que exige una mayor preocupación por la

calidad de sus programas y por usar todos los recursos creativos que el medio les ofrece. Por lo que un tema urgente a resolver es el de las limitaciones técnicas que poseen. Esta preocupación, a la vez, debe ir paralelamente con la necesidad de capacitación del personal, que si bien se ha detectado el interés y las acciones en este campo, aún se observan vacíos en este aspecto.

Finalmente, en cuanto a la comparación con otros medios masivos, entre los logros identificados en la experiencia de radios comunitarias aymaras, debe señalarse que la información difundida habla de la vida cotidiana del lugar, de las actividades de los grupos, de las necesidades y expectativas de los pobladores, y de las temáticas locales que difícilmente serían de interés para una radio masiva o comercial.

## 2.2. ¿Cómo son vistas las radios comunitarias aymaras por su audiencia?

El consumo<sup>4</sup> de los mensajes de la radio comunitaria no es un consumo pasivo; implica una resignificación de sentido, la cual está influenciada básicamente por las condiciones culturales y de existencia de la gente.

El análisis realizado mostró que la radio local es valorizada por la gente en función a su grado de involucramiento con la realidad del lugar, por el apoyo que da a la recuperación de la cultura aymara, a los procesos organizativos y sobre todo por los servicios prestados.

Lo anterior hace pensar que si por una parte, en el inicio y posterior desarrollo de la experiencia, la radio se identificó con una concepción instrumental del medio (se crea para resolver un problema concreto); para los interlocutores de esta práctica comunicativa, la valoración pasaba también por categorías instrumentales. Ocurriendo que a partir de esta instrumentalidad inicial, las prácticas comunicativas adquirieron sentido para los diferentes sectores, situación que fue modificándose sólo en el proceso de evolución de la experiencia. Por lo menos esta es la sensación que queda al indagar entre la audiencia la importancia o utilidad que le atribuyen al medio.

Ahora bien, algunos de los factores que pudieron incidir en esta percepción, son la realidad vivida por la población, las carencias materiales de servicios básicos, y el propio contexto y momento histórico en el que surgió la radio.

Por otro lado, de la relación que los pobladores establecen con la radio se puede deducir que ésta no

significa lo mismo para todos, ni existe una relación directa. Existen múltiples mediaciones (de referencia e institucionales por ejemplo) que influyen en la percepción de la radio y del papel que le es atribuido. Por ejemplo, para algunos sería fundamental que la programación de la radio estuviera aún más relacionada con su realidad inmediata, con énfasis en las reivindicaciones del pueblo aymara; para otros las necesidades socioculturales y generacionales deberían ser priorizadas.

Sin embargo, el medio está ahí presente posibilitando un espacio de expresión accesible y abierto a todos, recogiendo el lenguaje y la vida cotidiana del lugar en el que se ha instalado, permitiendo que las mismas personas se expresen en su propio idioma y con su propia voz. Esto indica que más allá de lo que esperan los diferentes actores del medio, deberían ser ellos los principales invitados, a través de su participación, a que la radio cumpla sus expectativas.

Ahora bien, no se puede desconocer que en algún momento -sobre todo si la mayoría de la gente no se involucra más- el uso de los medios de comunicación popular puede reproducir los tipos de relaciones sociales establecidos en la realidad.

Esta situación, se piensa, sólo puede ser controlada con la participación. Y si bien se dice y se reconoce que generar procesos participativos es uno de los objetivos de los medios populares, se constató en la práctica que muy pocos habrían participado en la radio; y los que lo hicieron, se limitaron a hablar al micrófono en algún programa, enviar cartas o solicitar temas musicales. Existiendo una nula participación en espacios como la administración, gestión, producción y evaluación de programas.

A pesar de todo lo anterior, la

percepción sobre la radio comunitaria aymara es bastante positiva. La radio es considerada indefectiblemente como un medio de comunicación útil. El hecho de que la radio pase información sobre la realidad de la región, hable de su cotidianidad, de las necesidades e intereses de la gente, de las reuniones y asambleas, de las campañas educativas y de salud, invite a cursos, informe sobre aspectos culturales, rescatando las costumbres y tradiciones, sirva de correo y, en general, manifieste preocupación por la situación de toda la gente, es altamente valorizado.

En este sentido, la radio es considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos entre la gente; contribuyendo de esta manera al crecimiento de la comunidad.

## CONCLUSIÓN

Considerando que, la funcionalidad encontrada en el uso de la radio aparenta estar asociada a las condiciones socio culturales del país, cuya característica fundamental -

reconocida en la misma Constitución Política del Estado- es la multiétnicidad y la pluriculturalidad, se piensa que la experiencia de radio comunitaria aymara, que en los últimos años, ha ido ganando espacio en un trabajo de recuperación de formas de expresión distintas desde el uso de la lengua nativa, contribuye a la democratización de la comunicación y de la información en la sociedad a partir de la recuperación de la identidad cultural del pueblo aymara.

Se llega a esta conclusión final, porque se determinó que los procesos de participación y movilización, generados desde la radio, son posibles en la medida en que se articula la dinámica comunicativa con la dinámica sociocultural de los sujetos. Así, se encontró que su trabajo es primordialmente de recuperación y promoción de la cultura originaria, sumado a la lógica del servicio social, desde el cual se da solución a un sin fin de necesidades básicas no satisfechas, como por ejemplo, la información entre sujetos.

Por otro lado, se detectó con preocupación que frente al papel de democratización de la comunicación, son la precariedad técnica y la inseguridad legal las que atentan contra la sobrevivencia de muchas de las emisoras comunitarias. Por lo tanto, los criterios de evaluación del escenario de la radiodifusión en Bolivia -y por qué no en Latinoamérica-, deberían ser sensibles a estas condiciones objetivas donde se tome en cuenta el papel sociocultural que desempeñan las emisoras comunitarias.

## NOTAS

- 1 Se aclara que el derecho a la comunicación e información "...es un derecho humano, natural y universal, sin excepción subjetiva alguna; en consecuencia, no debe atribuirse tan sólo a un grupo de personas que se consideren a sí mismos profesionales y se arrojan la exclusividad del ejercicio de tal derecho." (GONZALEZ BALLESTEROS 1999: 329)
- 2 La muestra de la cual se obtuvo la información estuvo conformada por 26 radios comunitarias de la región altiplánica de la ciudad de La Paz. Ubicadas mayormente en provincias que corresponden -según Xavier Albó- al aymara rural tradicional, que se caracterizan por ser zonas en las que predominan comunidades aymaras más o menos tradicionales (ayllus); prevalece la agricultura y pastoreo como principal ocupación; donde los monolingües (que sólo hablan aymara) son relativamente pocos 27%, frente a un 73% que son bilingües (aymara y castellano); y existe una cobertura escolar relativamente alta. En cuanto al tiempo de existencia de las emisoras el promedio era de 5 años, siendo la más antigua de 1978 y la más nueva del año 2000. Respecto al personal y la estructura orgánica, se determinó que la mayoría de estas radios trabajan con un promedio de 6 personas "polifuncionales" (no tienen un cargo o una responsabilidad claramente definida), de las cuales tres cuartas partes son varones no mayores a los 35 años, oriundos del lugar y con un grado académico correspondiente en su mayoría a uno de los dos primeros cursos de secundaria (ARROYO 2001).
- 3 La banda en la que se transmiten preferentemente es la amplitud modulada (AM), aunque se ha podido constatar en los últimos años una importante proliferación de la frecuencia modulada (FM) entre estas emisoras, existiendo incluso muchos casos en los que se transmite en ambas modalidades. En cuanto a las frecuencias de transmisión no existe una regularidad, dependiendo esta situación básicamente del transmisor y la frecuencia en que fue ajustado. Debe recordarse que un buen número de ellos tienen transmisores "hechisos" que han sido ajustados -la más de las veces- de manera arbitraria, siendo ésta una de las principales dificultades que encuentran estas emisoras al momento de legalizar su situación. En cuanto a la potencia, si bien algunas emisoras poseen una capacidad de hasta 1KW normalmente no lo utilizan, siendo la característica común transmitir con una potencia de 300W (capacidad límite que la Superintendencia de Telecomunicaciones a estado otorgando en los procesos de legalización de las radios comunitarias). El alcance de las emisoras con una potencia como la mencionada es muy relativa y normalmente depende de las condiciones físicas y geográficas del lugar, siendo por ejemplo que las radios cercanas al lago Titicaca parecieran tener una mayor capacidad de irradiación por las condiciones de humedad propias de la región. De todas formas el alcance máximo mencionado en la muestra fue de 300 Kms. a la redonda y el mínimo de 1.5 Kms., existiendo un promedio de 35 Km (ARROYO 2001).
- 4 En el trabajo se equipara el ámbito del consumo y el de la recepción, entendiéndose ésta como consumo productivo, ya que el receptor es un sujeto activo que resignifica y/o modifica el producto-mensaje en el momento de la recepción y aún fuera de ella. El mensaje no termina ni se agota en el momento de la exposición, sino que existe una actividad re-creativa y constante de los receptores y una permanente construcción y transformación de sentido. La muestra con la que se trabajó fue de 327 personas, correspondientes a 17 comunidades del sector. La muestra fue de tipo probabilística aleatoria simple, con un margen de error de 5% y un nivel de confianza del 95 %.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBO, Xavier (2000). *Iguales pero diferentes*. La Paz, CIPCA/UNICEF.
- (2000). *Interculturalidad y lenguas en la comunicación social; hacia unas políticas interculturales y lingüísticas para Bolivia*. La Paz, CIPCA/UNICEF.
  - (1995). *Bolivia plurilingüe; guía para planificadores y educadores*. La Paz, CIPCA/UNICEF.
- AGUIRRE, José Luis; REYES, Jaime; y ARROYO G., Carlos. (2000). *Aproximación a una tipología de la radio en Bolivia*. Revista PUNTO CERO. Cochabamba, UCB, n° 6: 65-71.
- (1996). *Estudio sobre la regulación de la radio en Bolivia*.
- ARROYO G., Carlos Mauricio (2002). *Las radios comunitarias y su relación con el desarrollo local*. Revista PUNTO CERO. Cochabamba, UCB, n° 8: 77-80.
- (2001). *Radios comunitarias aymaras: una propuesta para democratizar la comunicación y el desarrollo*. Estudio de caso de la radioemisora aymara Ondas del Titicaca. Tesis (Maestría en Comunicación y Desarrollo) La Paz, UASB.
- BEL MALLEN, Ignacio. CORREDOIRA, Loreto. COUSIDO PILAR, Alfonso. (1991). *Derecho de la información. (I). Sujetos y medios*. Madrid, Constitución y Leyes.
- CONDORI, Genaro (1999). *Experiencias comunicacionales de la Asociación de Radioemisoras Aymaras de La Paz*. Tesis (Lic. Com. Soc.) La Paz, UCB.
- DESANTES GUANTER, José M. (1994). *La Información como deber*. Buenos Aires, Abaco.
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis. (2001). *Derecho de la información*. Madrid, DYKINSON.
- GONZALES BALLESTEROS, Teodoro. (1999). *Diccionario Jurídico para Periodistas*. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, España.
- GARCIA CANCLINI, N. (1987). *Ni folclórico ni masivo: qué es lo popular*. Revista DIALOGOS. Lima, FELAFACS, n° 17: 4-13.
- (s.f.) *De qué hablamos cuando hablamos de lo popular*. (mimeo) s.l. s.e.
- KAPLUN, Mario. (1983). *La comunicación popular: ¿alternativa válida?*. CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación. Quito, CIESPAL, n° 7: 40-43.
- LOPEZ VIGIL, José I. (1996) *Buenas ondas de la sociedad civil*. (Mimeo) Quito, AMARC.
- MARTIN BARBERO, Jesús. (1983) *Comunicación popular y los modelos transnacionales*. CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación. Quito, CIESPAL, n° 8: 5.
- MATA, María Cristina. (1993). *¿Radio popular y comunitaria?*. CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación. Quito, CIESPAL, n° 47: 57-59.
- (1993) *¿Dónde están y a dónde van las radios populares?*. CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación. Quito, CIESPAL, n° 45: 6-7.
  - (1993) *La radio: una relación comunicativa*. DIALOGOS. Lima, FELAFACS, n° 35: 10-13.
  - (1986) *Procesos de comunicación popular y enseñanza de la comunicación*. Revista DIALOGOS. Lima, FELAFACS, n° 14: 24.
- PEPPINO B., Ana María (1997). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. México, PyV.
- SOTOMAYOR, Carlos Enrique (1997). *La radio local aymara frente a la transmisión de emisoras regionales en aymara; caso de estudio: Radio Machaca y Radio San Gabriel*. Tesis (Lic. Com. Soc.) La Paz, UCB.
- TIRADO, Nazario; et al. (1983). *La radiodifusión aymara en Bolivia*. La Paz, CIID, UCB.