



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN, POSGRADO E INTERACCIÓN SOCIAL EN
COMUNICACIÓN
(IpiCOM)**

DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

LA RADIO COMO INSTRUMENTO DE EDUCACIÓN CIUDADANA:

LA EXPERIENCIA DEL CONSULTORIO MUNICIPAL

DE LA DRA. EDILICIA BARRIOS CAMPOS

Marlene Berríos Gosálvez

La Paz – Bolivia

Índice

Introducción.....	1
1. Antecedentes.....	2
2. Marco teórico: de la Comunicación Popular y Alternativa y el Marketing Social a la Comunicación para el Desarrollo	4
2.1. La Comunicación, una herramienta de trabajo	5
2.2. Comunicación Alternativa y Marketing Social	7
2.3. Comunicación para el Desarrollo	9
2.4. La radio en Bolivia como espacio de construcción de ciudadanía.....	12
2.5. Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL), un referente en la construcción de ciudadanía	12
2.6. El rol multifacético de la radio en Bolivia.....	15
2.7. El papel de los comunicadores	17
2.8. Edilicia: la síntesis del tránsito entre el marketing social y la comunicación para el desarrollo, en el marco de los principios de la Cooperación Suiza en Bolivia.....	18
3. Conclusiones	23
Anexo No 1.- Diez años: la periodista detrás de la voz de la Doctora Edilicia	25
Bibliografía	29

Introducción

El 14 de julio de 2015, diez años después de que el Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM) pusiera en el aire un producto radiofónico denominado “Consultorio Municipal”, el periódico Página Siete publicó un reportaje destacando que el personaje central del mismo, la Dra. Edilicia Barrios Campos era: “el más conocido en la radio a nivel Bolivia (por lo que) resultó en la publicación de un libro -con varias reediciones y actualizaciones- que (incluía) las 100 preguntas recurrentes para la Doctora Edilicia. Su éxito – agregaba- en, al menos, cinco versiones de la Feria Internacional del Libro (FIL) se tradujo en largas filas de personas, de todas las edades, interesadas en conocerla” (Pau, 2015).

Este trabajo se propone reseñar esa experiencia de comunicación y educación ciudadana a través de la radio, que abarcó más de 20 años de trabajo de un equipo de comunicadores que formaba parte del PADEM, muchos de los cuales siguen vinculados al Proyecto, convencidos de su valor y utilidad para un gran número de municipios, especialmente medianos y pequeños, empeñados en hacer buena gestión y construir institucionalidad municipal en Bolivia, un país donde habitualmente estas tareas no son consideradas importantes.

El recuento y balance de la experiencia se inicia con la presentación del “Consultorio Municipal de la Dra. Edilicia Barrios Campos”, como parte del trabajo comunicacional del PADEM iniciado nueve años antes, en 1996, dentro del programa de ayuda de la Agencia Suiza para la Cooperación y el Desarrollo (COSUDE) a Bolivia. Se explica la filosofía y objetivos que ésta persigue y los cambios de orientación que experimentó antes y durante la ejecución del Proyecto.

En un segundo momento, se da cuenta de los modelos de comunicación que adoptó el PADEM para su trabajo en esta área, a lo largo de los 20 años que duró la ejecución del proyecto y la lógica con la cual se creó el “Consultorio Municipal”.

En la tercera parte se intenta explicar cómo, para producir las cápsulas de la Dra. Edilicia, el PADEM trató de aprovechar la experiencia de la radio en Bolivia con fines de entretenimiento, volcada a la producción de programas educativos y de movilización y acción ciudadana.

En ese marco y con tales antecedentes, en la cuarta parte se explica en qué consistía exactamente el trabajo realizado, cuáles fueron algunos de sus resultados y el balance que se hace de los mismos. En la quinta parte, se intenta esbozar algunas conclusiones.

1. Antecedentes

En 2004, el Programa de Apoyo a la Democracia Municipal, PADEM, un proyecto creado y ejecutado por Ayuda Obrera Suiza (AOS) lanzó lo que habría de constituirse como una de sus actividades comunicacionales educativas de mayor impacto: el “Consultorio Municipal de la Dra. Edilicia Barrios Campos”. El PADEM había sido creado en 1996 con el propósito de alentar la participación ciudadana en el proceso de descentralización municipal, iniciado con la promulgación de la Ley de Participación Popular el 20 de abril de 1994.

El Consultorio Municipal consistía en la emisión de unos cortos mensajes informativos y de orientación técnica y legal sobre temas de gestión municipal, emitidos por un personaje ficticio, la Dra. Edilicia, a través de varias emisoras de radio. Ella respondía “llamadas” hechas por autoridades y técnicos municipales y público en general, a una línea gratuita de consultas de la Federación de Asociaciones de Municipalidades de Bolivia (FAM-Bolivia). Durante las mismas se le planteaban preguntas e inquietudes sobre gestión municipal.

Precisamente el antecedente inmediato de la Dra. Edilicia era el funcionamiento de una línea gratuita de consultas, llamada Consultorio Municipal, que operaba desde la FAM, servicio que era financiado por el PADEM, como parte de su apoyo a la FAM y a las Asociaciones Departamentales de Municipios (AMDES), para el mejoramiento de la gestión municipal. El técnico municipalista encargado de administrar la línea gratuita del Consultorio, había observado que muchas

preguntas se repetían frecuentemente y así lo informó a los directivos del PADEM, quienes consideraron que valía la pena que las respuestas que el personal técnico de la FAM ofrecía a los usuarios del servicio, se amplificaran a través de la radio, para beneficiar con ese asesoramiento a un mayor número de municipios.

Para ello se contrató a un Consultor Externo especializado en producción radiofónica, quien ideó este personaje ficticio encargado de atender las consultas. “Debía tratarse de un personaje ‘serio’, dada la naturaleza de las consultas que debía atender; femenino, porque desde el 96 el PADEM promovía la presencia, la participación y el empoderamiento de la mujer en la gestión municipal y finalmente, debía ser un personaje ameno” (Testimonio de Guimer Zambrana Salas, historiador, periodista y radialista contratado por el PADEM en 2004 para encargarse de la producción radiofónica del PADEM). Por otra parte, el consultor imaginó también que el nombre del personaje debía “personificar” lo municipal y de esa forma, bautizó el espacio como el Consultorio Municipal de la Dra. Edilicia por “edil/municipal”; Barrios, porque es en los barrios de las ciudades, donde tiene lugar la participación ciudadana en la actividad vecinal y, Campos, porque desde su inicio, las acciones del PADEM estuvieron orientadas esencialmente al área rural.

Cabe recordar que en 1994 se crearon 302 municipios -hasta entonces existían 24 (En abril de 1994, cuando se promulgó la Ley de Participación Popular existían en Bolivia 24 municipios, nueve (9) de los cuales correspondían a las nueve capitales de Departamento y los 15 restantes a ciudades intermedias del área rural. Se crearon entonces otros 311 municipios en el territorio nacional, que correspondían a las Secciones de Provincia existentes en cada uno de los nueve departamentos) en Bolivia-, sobre la base de las Secciones de Provincia, y se promovió la participación ciudadana en la gestión municipal a través de las Organizaciones Territoriales de Base (OTBs), como las denominó la Ley 1551, de Participación Popular.

Así nació la Dra. Edilicia Barrios Campos, espacio radial de educación ciudadana que desde el 2004 se dirige a la audiencia, para hablar de gestión técnica y

participación ciudadana en el nivel local, en el municipio, pero también para reflexionar sobre otros temas que paulatinamente fueron posicionándose en la agenda municipalista, tales como el mejoramiento de la calidad de servicios de salud y educación o la lucha contra la violencia hacia las mujeres en los municipios.

2. Marco teórico: de la Comunicación Popular y Alternativa y el Marketing Social a la Comunicación para el Desarrollo

En abril de 1996, cuando se inició el Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM), estaban en curso en el país las denominadas Reformas de Segunda Generación expresadas esencialmente en tres leyes y a la vez procesos: de Capitalización, de Reforma Educativa y de Participación Popular, las cuales fueron rechazadas por algunos sectores que las denominaron las “tres leyes malditas”.

Ayuda Obrera Suiza, Organización No Gubernamental de los sindicatos suizos que ya trabajaba en Bolivia fortaleciendo las capacidades de dirigentes sindicales (Ayuda Obrera Suiza apoyaba sobre todo a las federaciones de trabajadores de la caña de azúcar (zafreros) de Santa Cruz y Bermejo y a la Federación de Trabajadoras Asalariadas del Hogar (FENATRAHOB)) para el ejercicio de sus derechos ciudadanos y laborales, propuso a la Agencia Suiza para la Cooperación y el Desarrollo (COSUDE), el financiamiento de un proyecto que promoviera la participación de la Sociedad Civil en el proceso de municipalización abierto por la Ley de Participación Popular. Lo hacía bajo el convencimiento que una reforma de esa dimensión no tendría ningún resultado si la Sociedad Civil no se apropiaba de la misma, convicción que coincidía con la filosofía de cooperación de la COSUDE que visualizaba el ejercicio de la democracia como un proceso inclusivo que involucra a las instituciones estatales en todos sus niveles e instancias, a las organizaciones de la sociedad civil, al sector privado y a la población boliviana en su conjunto.

En este marco el PADEM se “propuso impulsar y fortalecer la participación de campesinos e indígenas para que desde sus propias estructuras organizativas se incorporaran al proceso y transitaran desde una lógica exclusivamente sindical-reivindicativa, a otra de participación social por la gestión municipal (...) a hacer de lo municipal, un verdadero espacio de gestión para el desarrollo local” (PADEM, 2001). Para alcanzar este propósito el PADEM tenía como contraparte a la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia (CSUTCB), y se ejecutaba directamente en 18 municipios de seis departamentos e incidía indirectamente en otros 52 ubicados en su área de influencia.

2.1. La Comunicación, una herramienta de trabajo

Para expandir esa influencia y tener incidencia nacional, el PADEM diseñó una estrategia de comunicación que empleaba, simultáneamente, herramientas de la comunicación popular y alternativa en su trabajo con las organizaciones de base y del marketing social, para alcanzar a públicos masivos. Perseguía los siguientes objetivos:

- a) “Promover el ejercicio de los derechos ciudadanos que otorga la LPP a la población rural organizada, para lograr que ésta se movilice en torno a aspectos concretos: la planificación participativa y el control social en la gestión municipal.
- b) Motivar a comunidades y organizaciones campesinas e indígenas para que hagan esfuerzos de concertación a nivel local entre organizaciones campesinas, gobiernos municipales y otros actores de la realidad rural en pro de obras de beneficio colectivo, particularmente relacionadas con aspectos productivos.
- c) Difundir experiencias concretas del movimiento campesinos y del trabajo del PADEM en relación con la participación popular, que ayuden a tener una perspectiva positiva del proceso” (Berrios, 2015).

En la primera etapa de ejecución de la Estrategia, los tres primeros años, se emplearon las siguientes herramientas:

- Seis boletines informativos departamentales “Por Nuestras Comunidades” y uno nacional “Poder Comunal” emitidos semestralmente, para socializar información sobre el desarrollo de actividades y buenas prácticas en la ejecución de la LPP en los municipios seleccionados.
- Micronoticiosos radiales, difundidos por redes nacionales (El material del PADEM en castellano, se difundía por “La Hora del País” de radio Fides, y el material en idiomas nativos a través de radios San Gabriel en La Paz; Bolivia en Oruro, Andes y ACLO en Chuquisaca y Potosí) y locales de emisoras, para informar sobre la ejecución de las actividades del PADEM y los resultados que iba alcanzando.
- Las cuñas radiales trilingües (español, aymara y quechua) para la difusión de la LPP y los hitos de la gestión municipal, con el propósito de motivar a la participación y movilización de las contrapartes (afiliados a la CSUTCB y las federaciones departamentales de campesinos) en los procesos de planificación y control social, así como para posicionar ideas fuerza del Programa, por ejemplo, “Municipio somos todos” o, “Mi Municipio es Buena Noticia”.
- Materiales de apoyo a la capacitación y la movilización, tales como cartillas, almanaques, agendas y afiches.
- Talleres y encuentros para dirigentes, integrantes de los comités de vigilancia y “replicadores” (Los “replicadores”, en la terminología del Proyecto, eran líderes y representantes de los municipios de ejecución que asistían a los talleres de capacitación y luego los replicaban en sus respectivas organizaciones), como espacios de comunicación interpersonal, durante los cuales se empleaban rotafolios, se elaboraban periódicos murales y se escenificaban sociodramas.

En la segunda y tercera etapa de la primera fase –del cuarto al noveno año de ejecución-, el trabajo radial se amplió a la producción de foro debates por radio, radiodramatizaciones sobre derechos de los pueblos indígenas y campesinos de tres a cinco minutos de duración, producción realizada en coordinación con la Defensoría del Pueblo y la producción de una radio novela

Se incursionó también en la utilización de medios digitales, mediante la implementación de una página Web, a través de la cual se difundía un boletín electrónico quincenal, el cual se distribuía también mediante correo electrónico a un centenar de suscriptores. Se implementó finalmente un foro de discusión, el Foro de Participación Popular.

2.2. Comunicación Alternativa y Marketing Social

¿Cuál fue la estrategia implementada? En principio se trataba de conjugar tanto la perspectiva de la corriente estructuralista, preocupada por la influencia de la comunicación sobre la cultura y la ideología, con la visión y postulados de la corriente de los comunicadores críticos, esencialmente latinoamericanos, que visualizaban a la comunicación como un instrumento de cambio.

El desarrollo e influencia creciente que fueron adquiriendo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC coincidió con la ejecución de la segunda etapa de la primera fase del PADEM, lo cual obligó a ajustar la Estrategia. Se lo hizo bajo la lógica de la Mercadotecnia Social, entendiendo que con la aplicación de ésta era posible que una idea o práctica social fuera aceptada en la sociedad o en un segmento de ésta.

Se aplicó el modelo de Marketing Social propuesto y desarrollado en Bolivia por Silvia Calderón Lora y Luis Aller Atucha para el Sistema Educativo Antidrogas y de Movilización Social (SEAMOS), quienes lo definieron como “una herramienta, democrática y eficiente, que aplica los principios e instrumentos del marketing creando y otorgando mayor valor a la propuesta social. El Marketing Social redescubre al ‘consumidor’ en un diálogo interactivo que permite un proceso de reflexión, participación y cambio social. Los resultados son medibles por sus efectos y evaluables por su efectividad” (Aller, 1995). Estos autores precisaron que el modelo es:

Aller (1995) afirma “... **democrático**, porque reconoce la heterogeneidad y la diversidad de la sociedad boliviana...”

... otorga **mayor valor** a la propuesta social...

Construye un diálogo interactivo porque **combina diferentes medios** de comunicación y movilización comunitaria, y permite la complementariedad del marketing masivo con un marketing cada vez más personalizado y directo.

Es **reflexivo** porque proporciona información al público segmentado

Es **participativo** porque se acerca, consulta y escucha permanentemente al público.

Es una **herramienta de cambio social** (...) que apunta a modificar algunas creencias y costumbres en favor de estilos de vida saludables.

Es **medible y evaluable**, ya que todo el proceso es sometido a pruebas y evaluado con la población objetivo, a través de diferentes técnicas e instrumentos..." (p. 26).

La aplicación de esta Estrategia permitió al PADEM alcanzar muchos de los objetivos propuestos. Así lo estableció una evaluación externa aplicada al Proyecto en el 2004, que entre otros aspectos destacó:

- Micronoticiosos y boletines permitieron hacer un seguimiento más efectivo a la gestión municipal.
- Folletos y materiales de capacitación contribuyeron a la difusión de las normas, pero sobre todo lograron que los ciudadanos se familiarizarán con los procedimientos y los pusieron en práctica.
- Cuñas y los mensajes en agendas y calendarios "cumplieron su finalidad movilizadora" y contribuyeron a generar un sentido de corresponsabilidad por la gestión municipal.
- Publicaciones y videos sobre la propuesta metodológica del PADEM, el Empoderamiento de las Organizaciones Campesinas e Indígenas para Democratizar el Poder Local, que fueron difundidas y trabajadas en talleres, encuentros y foros de discusión, contribuyeron efectivamente al

posicionamiento de la propuesta y del PADEM, como un referente de la municipalización en el país.

Ponderaron también que se hubiera gestionado la comunicación bajo una lógica de campaña y que se hubiera hecho un uso combinado y complementario de medios.

2.3. Comunicación para el Desarrollo

Con los resultados descritos, el PADEM encaró la segunda y la tercera fase de su trabajo que abarcó el período 2004 – 2018. El nuevo Coordinador de Ayuda Obrera Suiza en Bolivia, hoy Solidar Suiza, Martín Pérez Bustamante (La primera Coordinadora de AOS en Bolivia y creadora del Programa de Apoyo a la Democracia Municipal y otros proyectos exitosos de la ONG en Bolivia fue la socióloga Renata Hoffman), la describe de la siguiente manera:

Para Solidar Suiza (2016) –explica- “El empoderamiento en derechos fue nuestra primera estrategia, avanzamos años después hacia la construcción de una ciudadanía basada no solo en derechos sino también en deberes y obligaciones y en la etapa actual impulsamos la corresponsabilidad entre la ciudadanía, los gobiernos locales y los medios de comunicación para mejorar los servicios municipales, vinculando así la gobernabilidad con el desarrollo. (...) Esta evolución se ha construido en base a una idea central: el desarrollo de valores democráticos y el fortalecimiento de la democracia desde lo local” (p.4).

El enfoque se enmarca en la nueva Estrategia de la Cooperación Suiza en Bolivia, que “a partir de 1984 había apoyado al proceso de reformas estructurales en el país, con énfasis en la descentralización y el desarrollo local, por el aporte que ambos representan a los procesos de democratización, participación social y a la relación entre el Estado y la sociedad. Su apoyo recoge la propia experiencia de Suiza *un Estado federal, (que) nace de un acuerdo de Estados preexistentes que deciden crear una confederación, cediendo ciertas competencias pero preservando su autonomía*” (p. 8). Se consideraba además que es en el espacio local donde los ciudadanos pueden ejercer mejor sus derechos y cumplir sus obligaciones y

asimismo, desde donde el Estado puede atenderles mejor y de manera más eficiente.

A manera de recuento de lo que había sido el accionar del PADEM a lo largo de 20 años, con respecto a la descentralización y el desarrollo local, el ex – embajador y Jefe de la Cooperación Suiza en Bolivia, Roger Denzer destacaba los siguientes enfoques aplicados por el PADEM:

- De 1996 a 2005, *empoderamiento ciudadano, participación social y ejercicio de derechos*, e impulso decidido a la inclusión de la mujer en los *procesos de descentralización y desarrollo local*.
- De 2005 a 2009, a través del programa de Promoción de la Cultura Ciudadana (PCC) de la COSUDE, cumplimiento de deberes y construcción del sentido de *corresponsabilidad ciudadana con el municipio para la mejora de sus propias vidas*. Implicaba *la construcción de institucionalidad y el fortalecimiento de las capacidades locales*.
- Del 2013 al 2016, a través del Programa Mejora de Servicios (PMS) se orientaron las acciones al mejoramiento de la calidad de los servicios de *salud, educación y protección de mujeres en situación de violencia, el mismo que conecta, conceptualmente y en la realidad, los temas de la gobernabilidad y el desarrollo* (pp. 9-10).

El representante diplomático puntualizó que para llevar adelante esas propuestas, la Cooperación Suiza en general y Solidar/AOS como ejecutor de varios de sus programas de cooperación contaba con diversas herramientas, entre ellas, las que proporciona la Comunicación para el Desarrollo C4D. El ex – embajador Denzer explicó que ésta es una herramienta que debe ser compartida por todos los miembros de los equipos de los proyectos y no llevada adelante sólo por los comunicadores.

Para diseñar la C4D, la Cooperación Suiza promovió un proceso de reflexión en las oficinas de cooperación que tiene instaladas en diferentes regiones, entre ellas Bolivia y cuyo resultado está sintetizado en una publicación, una guía práctica para aplicar la C4D en el trabajo cotidiano, la cual se define de la siguiente

manera: “La comunicación para el desarrollo –conocida como C4D por su traducción del inglés *Communication for Development*– es una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las modernas tecnologías de la información. La C4D no es un añadido sino una actividad transversal en la gestión de proyectos, para fortalecer el diálogo con los beneficiarios, socios y autoridades con el fin de aumentar la apropiación local de los programas y crear un impacto sostenible”. (...) “Hablamos de C4D cuando las herramientas se utilizan con el fin de facilitar diálogos, lanzar debates y estimular procesos interactivos e inclusivos de comunicación”. (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, 2016, p. 10).

La C4D cumple cuatro funciones esenciales: i) Facilitar el acceso a la información y al conocimiento; ii) Promover la participación; iii) Empoderar, dar voz a las personas excluidas e iv) Incidir en políticas públicas. Emplea las siguientes herramientas: “a) la comunicación directa entre personas, b) la comunicación a través de medios impresos o electrónicos (prensa, radio, televisión, etc.) y, por último, c) el amplio espectro de los multimedia y los nuevos medios de comunicación (Facebook, YouTube, páginas web, SMS, etc.). Es frecuente que las campañas de comunicación integren varias de estas herramientas”. (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, 2016, p. 20).

La guía detalla también lo que denomina como el “Ciclo de la C4D”, el cual comprende cuatro pasos:

1. Identificación de objetivos y necesidades, lo que exige tener muy claro qué se desea lograr; tener un buen conocimiento del entorno, para responder a sus necesidades; y saber con quienes se va a trabajar, mapear los actores
2. Diseño de la Estrategia: comprende el precisar qué cambios se quieren lograr (objetivos), a qué segmento del público se quiere llegar, con qué mensajes, a través de qué canales y cómo se hará el monitoreo y seguimiento.

3. Implementación, que implica el adecuarse a un plan de acción, construir una hoja de ruta que delimite acciones y responsabilidades, y por último
4. Monitoreo y Evaluación: que de acuerdo a la guía de C4D es un proceso permanente que acompaña a la implementación, para conocer en qué medida se está alcanzado los propósitos o si en su defecto, se necesita hacer ajustes.

El documento de la COSUDE recoge en su tercera parte experiencias recientes de aplicación de la C4D en el mundo, y en el caso de Bolivia recupera la del PADEM con el Consultorio Municipal de la Dra. Edilicia Barrios Campos, referencia que se retomará más adelante.

2.4. La radio en Bolivia como espacio de construcción de ciudadanía

Hasta antes de la aparición y el desarrollo de las TIC en Bolivia el medio con mayor influencia era la radio, por razones que son ampliamente conocidas:

- su capacidad para llegar a toda la extensión del territorio nacional, que aún hoy no está suficientemente vertebrado, especialmente con poblaciones pequeñas y dispersas;
- la posibilidad de que los radio-receptores puedan operar a transistores en caso de que no exista electricidad en el lugar, aunque hoy, la mayor parte del territorio nacional ya cuenta con este servicio básico;
- la posibilidad de seguir las transmisiones radiofónicas sin necesidad de dejar de atender las actividades cotidianas;
- el manejo de un lenguaje accesible y de fácil comprensión para la mayoría de los oyentes; y
- las transmisiones en idiomas nativos.

2.5. Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL), un referente en la construcción de ciudadanía

La radio en Bolivia juega otro importante rol: contribuir a la construcción de ciudadanía. “entendida (ésta) como relación de la gente con el espacio del poder en cualesquiera de sus facetas y en términos de derechos y obligaciones, es uno

de los pilares de una obra cuya construcción aún se halla en espera: la de una sociedad para la justicia, el desarrollo y la participación”. (Camacho, 2007, p.12).

Este papel ha sido estudiado por el comunicador e investigador boliviano, Carlos Camacho, a partir de una de las experiencias más relevantes de ese proceso de construcción de ciudadanía a través de la radio: la de Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL). Esta Asociación nació en 1967 por iniciativa de los directivos de cinco emisoras (Escuelas Radiofónicas de Bolivia, 1986) con el “propósito fundamental de apoyar procesos educativos, principalmente de alfabetización que contribuyan al desarrollo integral de la población y en especial de los sectores económicamente pobres de las áreas rurales y urbanas” (Escuelas Radiofónicas de Bolivia, 1986). En sus 53 años de trabajo y de aporte a la construcción de ciudadanía, ERBOL identifica cinco etapas, caracterizadas por:

1967 – 1978, desarrollar acciones educativas, de evangelización, **defensa de los derechos humanos, lucha contra las dictaduras militares y por la recuperación de la democracia (Las negrillas no corresponden al texto original, se han marcado en este texto).**

1978 – 1985, mantener sus acciones educativas y de evangelización; encarar la educación y la comunicación popular impulsadas por Paulo Freire y los postulados de Puebla (1979); iniciar la formación y capacitación de reporteros populares de las radios afiliadas y promover el intercambio de información entre ellas.

1985 – 1995, impulsar la formación de la Red Quechua, la creación de la Agencia de noticias; la educación no formal y capacitación permanente al personal de las emisoras afiliadas; la producción de programas en lenguas originarias y la formación de los reporteros populares que generaban información desde sus propias comunidades. En esta etapa las emisoras afiliadas ya sumaban 13 en siete departamentos.

1995 – 2004, contar con una estrategia de comunicación educativa; “construir y contribuir a **legitimar todas las opciones que favorecieran la**

democratización de la palabra y de la sociedad, el desarrollo sostenible, la defensa de los recursos naturales, **la democracia participativa, el fortalecimiento de la sociedad civil, la defensa de los derechos humanos y la libertad de expresión**". Contaba con 60 emisoras aliadas, alcanzó cobertura nacional y el año 2000 inició las transmisiones de ERBOL FM 100.9, de propiedad de la Asociación con sede en La Paz.

2005 – 2019, buscar la auto sostenibilidad económica, renovar e impulsar su rol educativo; consolidarse como un referente de información a nivel nacional; **priorizar el fortalecimiento del ejercicio ciudadano** en prevención de violencia contra las mujeres, la justicia, la preservación del medioambiente y la transparencia (Escuelas Radiofónicas de Bolivia, 1986).

Se hace referencia a la experiencia de ERBOL, porque ella refleja el consenso que existe entre comunicadores e investigadores bolivianos, acerca del rol en la construcción de ciudadanía jugado por varias emisoras que hoy integran la Red ERBOL a partir de 1995, tiempo que coincide con el inicio de actividades del PADEM.

Uno de esos investigadores, Adalid Contreras, en su prólogo al texto de Camacho intenta explicar porque los medios de comunicación -y entre ellos la radio- se constituyen en espacios de construcción de ciudadanía, evocando para ello el aporte que hace el estudioso de los medios, Germán Rey, quien señala: "1) los medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social; 2) los medios con (sic) escenarios donde se configuran las culturas políticas; y 3) los medios son los instrumentos sociales que inciden directamente en la consolidación de lo público. Es decir que la construcción de la ciudadanía también pasa por los medios" (Camacho, 2007), a lo que Contreras agrega: "En experiencias como ERBOL, comunicacionalmente el ejercicio de la ciudadanía equivale a participación, y políticamente a autonomía, (...) por tanto (...) forjar ciudadanía desde la comunicación es un proceso intencionadamente político, y ciudadanía no es un concepto abstracto sino una realidad que se construye ella misma".

2.6. El rol multifacético de la radio en Bolivia

El año 2006, Escuelas Radiofónicas de Bolivia publicó una sistematización sobre la historia del Radio Teatro Boliviano, en homenaje póstumo al autor de dicha investigación, el M.Sc. Jaime Reyes Velásquez, fallecido dos años antes. Dicho trabajo realiza un recorrido por la historia de este género en el país, que se inicia con un recuento del “genero sentimental en el periodismo” y sus formatos: el folletín, la fotonovela, la novela rosa y la historieta y para el caso de la radio, el folletín radial y el radioteatro. La diferencia entre estos dos últimos, explicaba el investigador, es que el primero era relatado por un narrador y ocasionalmente echaba mano a efectos sonoros caseros, mientras que para la producción del segundo ya incursionaron los actores y se empleaban efectos de sonido. Reyes afirma que el radioteatro ganó rápidamente audiencia, especialmente entre las mujeres, gracias a la “magia de la radio (que) comenzó a forjar imágenes auditivas, afectando la sensibilidad y la imaginación de la audiencia” (p.43) (Reyes, 2006).

Reyes remarcaba por otra parte que i) gracias a los recursos que emplea la radio, “palabras, música, efectos y silencio”, ésta consigue incentivar la imaginación de la audiencia; ii) que la utilización de esos recursos confiere mayor verosimilitud a los relatos, y iii) que el carácter “unisensorial” del medio facilita la asimilación de los mensajes.

En otra investigación, Reyes destacaba los otros aportes importantes de la radio a la comunicación en Bolivia, un país –como él señalaba- con “una población reconocida oficialmente como multiétnica y pluricultural y con bajos niveles de escolaridad y alfabetismo (y que en 1999 encaraba su paso), a la modernidad con nuevas propuestas de cambio político como la participación popular”, que habían posibilitado, por ejemplo, una “gran participación de campesinos en las elecciones municipales de 1995, donde más del 40% de Concejales y Alcaldes de los 311 Municipios de Bolivia son indígenas y campesinos” (p.1) (Reyes, 1999).

El ya desaparecido investigador examinaba en ese trabajo el rol educativo de la radio en Bolivia, a través de las “radio escuelas” surgidas en el país después de la Revolución de 1952, para contribuir a la alfabetización de adultos, especialmente de pobladores del área rural y que, a partir de la década del 80 incursionó también en el ámbito de la educación formal. Destacó el rol pionero de radio San Gabriel, así como de Pío XII, San Rafael y luego Fides y Loyola, que constituyeron ERBOL y remarcó que cinco de las emisoras que integraban la Red de ERBOL: San Gabriel de La Paz, ACLO (Acción Cultural Loyola) de Sucre, Tarija de Tarija, San Miguel de Riberalta y Radio Santa Cruz de Santa Cruz de la Sierra, “atraen al 70% de campesinos de la zona altiplánica, los valles centrales, y el chaco sureño, la amazonia y el oriente, respectivamente”.

Se refirió especialmente a la producción de programas como “El Maestro en Casa” de Radio Santa Cruz; “Tornavuelta” de radio Tarija y tres radionovelas, “El Sambo Angolita”, “Historia de un destino” y “Wilakasta” que abordaron temas de salud, producción agrícola y agropecuaria, y migración. Al analizar la diversidad de factores por los cuales esas radionovelas habían ganado la aceptación de las audiencias, señalaba que obedecía a “tres elementos fundamentales: la **credibilidad** de la historia, la **identificación o empatía** de los personajes con la audiencia -que es una consecuencia de la credibilidad- y el **aspecto lúdico (Las negrillas no corresponden al texto original, se han marcado en este texto)** asociado con el humor” (Reyes, 1999).

Otro comunicador e investigador boliviano, José Luis Aguirre, destaca otras dos características del trabajo de la radio en Bolivia: la oralidad y el entretenimiento. En el primer caso afirma que recupera “la cualidad oral de las sociedades andina y de origen precolombino” y con relación al segundo afirma que la “metodología de la educación por entretenimiento se propone mundialmente como un recurso para generar procesos de cambio social” (p.6) (Aguirre, 2016).

Para referirse al caso boliviano, Aguirre recupera los estudios realizados por Jaime Reyes con respecto al radioteatro y asevera que fue aprovechado no únicamente con fines educativos sino también para la “formación histórica e ideológica” de las

audiencias y “para generar condiciones de inclusión de las lenguas nativas en el campo de la producción radiofónica” (p.27) (Aguirre, 2016). Se refiere también a otras características de la radio en Bolivia, pertinentes para entender la receptividad que tuvo el personaje de la Dra. Edilicia Barrios Campos. Entre ellas cabe citar:

“... variada y sólida experiencia de uso de formatos, así como de objetivos que transitan lo informativo, educativo, evangelizador, movilizador político y de entretenimiento musical...

... ligada a los más profundos momentos de la vida política y social del país. Especialmente a lo largo del siglo XX...

...protagonismo político...

... haber colocado la voz humana como el principal vehículo para generar la cercanía con sus oyentes...

... contacto con los oyentes (para hacerles) partícipes (...) de sus mensajes...

... haberse articulado en una red nacional de emisoras que comparten aspiraciones, para utilizar el medio como espacio de desarrollo y de ejercicio del derecho a la comunicación, como cualidad de todos los ciudadanos” (pp. 3-4, 6, 14) (Aguirre, 2016).

2.7. El papel de los comunicadores

A los factores identificados por Aguirre se deben agregar otros relevantes contenidos en la investigación realizada por Carlos Camacho, quien parte de una premisa esencial y es que en Bolivia, no se puede reducir el rol de la comunicación y por ende de la radio, a la mera “transmisión de información”; la concibe más bien como un proceso que incluye “*diálogo y participación*”.

Para que ello sea posible, Camacho recomienda a los comunicadores conocer profundamente a sus audiencias y agrega que éste, precisamente debería ser el

propósito y la primera tarea de quienes quieran hacer de la radio un instrumento educativo. Únicamente es con base en ese conocimiento que será posible construir una relación con las audiencias que incluya tanto la atención de los intereses particulares de cada una de ellas, así como la capacidad de adecuarse a las características culturales de cada una de ellas.

El conocimiento de las audiencias supone también que se debe promover el respeto a las diferencias y ayudar a “edificar relaciones más democráticas. (...) encarar el nuevo reto: construir discursos integradores e integrales a partir de una mezcla de racionalidad y emotividad, sensibilidad, afectividad (...) promover con los “otros” procesos de cambio que ayuden a redefinir el espacio utópico y recuperar el sentido crítico”, postula Camacho.

Asimismo, recomienda que al momento de construir una relación con las audiencias, se tome muy en cuenta, no se pierda de vista, que las audiencias radiales son amplias, dispersas, heterogéneas, y que tienen en frente también una oferta amplia y diversa. En suma que hay bastante competencia y por tanto, que es difícil mantener el interés de una audiencia.

En cuanto a la forma de encarar la relación con las audiencias recomienda a “los profesionales de la comunicación (...) facilitar la reflexión, ayudar a declarar el compromiso con la realidad social, y buscar desde un profundo sentido humano y ético la ‘verdad profunda’ (tomando en cuenta que la) comunicación no puede ser reducida a un simple espectáculo, simulacro o juego de luces y máscaras (que) Hay una responsabilidad social en nuestra tarea diaria” (p.21) (Camacho, 2007).

2.8. Edilicia: la síntesis del tránsito entre el marketing social y la comunicación para el desarrollo, en el marco de los principios de la Cooperación Suiza en Bolivia

El recuento del trabajo comunicacional del Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM) en el marco de: i) la filosofía y políticas de la Agencia Suiza para la Cooperación y el Desarrollo (COSUDE), desde su creación en 1996, hasta

el cierre formal del proyecto en diciembre de 1998 (En diciembre de 2018, la COSUDE dio por concluido el financiamiento al PADEM, en cumplimiento de sus normas internas, según las cuales, transcurrido cierto tiempo, el país debe dar sostenibilidad al Proyecto con sus propios recursos. A partir de entonces, el financiamiento de las actividades del PADEM ha sido asumido temporalmente por Solidar Suiza, mientras el PADEM realiza los trámites para constituirse en una ONG nacional); ii) la evolución o los cambios experimentados en el diseño e implementación de las estrategias de comunicación; y iii) la historia del desarrollo de la radio en Bolivia en cuanto a producción radiofónica y como espacio de construcción democrática y de ciudadanía, muestra que la creación, posicionamiento y desarrollo del Consultorio Municipal por radio y su personaje, la Dra. Edilicia Barrios Campos, no fue sólo fruto de un acierto individual, sino también resultado de una forma de entender a la comunicación como herramienta de apoyo a los procesos de educación ciudadana para el desarrollo, que impulsa la Cooperación Suiza en Bolivia y en el mundo.

Su aporte ha sido reconocido por la propia COSUDE, reconocimiento que está plasmado en la tercera parte de la publicación “Comunicación para el Desarrollo. Una guía práctica”, documento que fue elaborado con el aporte de más de una treintena de comunicadores que colaboran con la COSUDE en varias de sus oficinas en el mundo. El texto de referencia recoge la experiencia de la Dra. Edilicia Barrios Campos como un modelo de buenas prácticas en C4D, por las siguientes razones:

- La ciudadanía, en Bolivia, ha asumido un rol protagónico y corresponsable con la gestión municipal.
- Las respuestas de la Dra. Edilicia a su audiencia reflejan siempre ese sentido de corresponsabilidad.
- Tiene una amplia difusión a nivel nacional. Los mensajes se difunden a través de tres redes de emisoras a nivel nacional (En la segunda fase de implementación del Programa y gracias a que el presupuesto para comunicación se había incrementado sustancialmente, debido a los buenos

resultados alcanzados en la primera, fue posible ampliar la difusión a otras dos redes nacionales, la de ERBOL y la de radio Panamericana), bajo una pauta con tarifas preferenciales y, por medio de dos centenares de emisoras locales que lo hacen gratuitamente por compromiso y en alianza con el PADEM, y que a cambio reciben capacitación en producción radiofónica y participan en talleres y encuentros organizados dos veces al año por el PADEM, durante los cuales, expertos abordan temas de interés nacional y municipal (La creación de la Red de Comunicadores Locales y la capacitación de éstos ha sido una de las tareas más importantes asumidas por el PADEM a partir del 2004. Los comunicadores locales se constituyeron en importantes aliados del PADEM, no sólo para la difusión de sus mensajes sino también, como el tercer componente del Triángulo de la Corresponsabilidad, modelo de ejecución del proyecto en su tercera fase).

- A diario, la Dra. Edilicia recibe al menos cinco consultas ya sea a través del correo electrónico o de las redes sociales. Se reciben también comentarios.

Por otra parte, en la citada publicación se afirma que el producto, la Dra. Edilicia, obtuvo buenos resultados debido a que:

- A través de un personaje ficticio se pudo explicar con mayor facilidad, un tema tan complejo como el de la descentralización.
- Se empleó el lenguaje coloquial que utilizan las personas, facilitando así la comprensión del contenido.
- Se lo difundió por largo tiempo, lo que permitió posicionar al personaje.
- Contó con buen personal técnico para responder a las preguntas planteadas, pero al mismo tiempo, fue capaz de producir otro material comunicacional complementario de calidad y a bajo costo.
- Muchos de los asuntos planteados fueron aptos para organizar foros de discusión amplios, que abarcaron también otros temas.

El PADEM hizo periódicamente sus propias evaluaciones y en 2016, a 20 años de su creación, mediante la publicación, “Construyendo ciudadanía y democracia

desde el municipio”, dio una mirada a su recorrido para recuperar sus principales aprendizajes. Con respecto al trabajo de comunicación se remarcó que:

- Le permitió escalar su trabajo a públicos y ámbitos más amplios y constituirse en “soporte de la cultura democrática, identificando al municipio como una buena noticia”.
- Generó múltiples productos comunicacionales “cuñas radiales, microinformativos sobre el municipio, videos, informativos, **consultorio municipal con la figura señera de la Doctora Edilicia** (Las negrillas no corresponden al texto original, se han marcado en este texto), folletos, videos, radioteatros, rescate del arte en la formación democrática”.
- El programa de capacitación dirigido a los comunicadores locales, y la formación impartida, “incide en valores democráticos, los cuales se expanden exponencialmente cuando ellos (los comunicadores) se insertan en redes radiales que pueden alcanzar a todo el país” (Solidar Suiza/AOS, 2016).
- La acción comunicacional estuvo dirigida a formar, pero también a informar al ciudadano sobre lo que sucede en su municipio.
- Sobre los medios de comunicación se afirma que se convirtieron en “miembros de las redes de corresponsabilidad, encargados de impulsar el diálogo y construir puentes entre el gobierno municipal y la ciudadanía” (Solidar Suiza/AOS, 2016).

En el acápite correspondiente a sus contribuciones, en cuanto a la comunicación asevera que “Aportó a la construcción de una nueva categoría de comunicador y comunicadora local: especialistas en el manejo de temas municipales, en derechos humanos, asumiendo nuevos roles como el “tender puentes” entre la sociedad y el Estado y generar propuestas para movilizar e incidir. Sumó a decenas de decenas de comunicadores y medios locales a la corriente de la comunicación para el desarrollo” (Solidar Suiza/AOS, 2016).

Para el creador del personaje, Guimer Zambrana, el balance de la experiencia con la producción de la Dra. Edilicia Barrios Campos es “altamente positivo”, porque

en primer lugar, nadie esperaba que permaneciera en el aire más de 15 años, lo cual, en su apreciación, fue posible por el “impacto que tuvo en la gente” (Testimonio de Guimer Zambrana Salas, historiador, periodista y radialista contratado por el PADEM en 2004 para encargarse de la producción radiofónica del PADEM).

Así se hizo patente en todas las ocasiones en las cuales el personaje cobró vida frente al público:

- presencia en las ferias del libro en las cuales el PADEM exhibió sus publicaciones;
- asistencia a encuentros y talleres con los distintos grupos sociales con los cuales trabajó el PADEM, pero especialmente a los encuentros de comunicadores locales.

En todas esas ocasiones se formaron largas colas ya sea para que el personaje pudiera “dedicar” los ejemplares del texto “La Dra. Edilicia Barrios Campos Responde” que recogen las consultas más frecuentes hechas al Consultorio Municipal; para tomarse fotografías con ella y/o para plantearle consultas personalmente y solicitar citas en su “bufete” con similar propósito.

Zambrana opina que a pesar de que la Dra. Edilicia es un personaje serio, es muy querido y respetado y lo que más llama la atención es que ha dejado de ser esencialmente municipalista, pues ha empezado a recibir consultas de otro tipo, relacionadas con actividades de otros programas del PADEM y Solidar. Se han recibido incluso consultas sentimentales, especialmente de adolescentes a través del Facebook y las redes sociales. Debido a ello actualmente, el personaje está apoyando una campaña del PADEM para la prevención de noviazgos violentos y de embarazos adolescentes y el balance institucional es positivo, por lo que el PADEM considera que la Dra. Edilicia puede seguir aportando a su trabajo todavía por largo tiempo.

La experiencia del Consultorio Municipal de la Dra. Edilicia Barrios Campos quizás podría considerarse como el resultado ideal que podría alcanzar con su trabajo un

comunicador, en los términos en que José Ignacio López Vigil lo planteaba en 1997 cuando afirmaba que, “la labor del Comunicador Social con vocación de servicio público y responsabilidad social está dirigida a contribuir al desarrollo humano, ampliar la democracia participativa, defender los Derechos Humanos, promover la interculturalidad y, en definitiva, ayudar a la *construcción de ciudadanías activas y participativas*”. Este recuento pareciera demostrar que el PADEM dio un gran paso en esa dirección.

3. Conclusiones

La revisión y análisis de los documentos y estudios recabados ha permitido concluir que:

En el desarrollo del proyecto, el PADEM fue capaz de adaptarse a los cambios del entorno político y abordar con suficiencia los temas de descentralización municipal y posteriormente el de autonomías; así como los de salud, educación, género, medio ambiente y otros, desde la perspectiva del poder local. Así lo establecieron las evaluaciones externas que se hicieron al proyecto.

El PADEM no sólo pudo adaptarse sino incluso contribuir a los cambios de enfoque de la Cooperación Suiza en Bolivia. De hecho, los programas de Promoción de la Cultura Ciudadana (PCC) y el Programa de Mejora de Servicios (PMS) del área de Gobernabilidad de la COSUDE, se construyeron sobre la base de propuestas de Solidar Suiza, sustentadas en la experiencia del PADEM.

Tales logros fueron posibles por diversidad de factores, uno de ellos, el trabajo comunicacional del PADEM, que fue capaz de usar simultáneamente la comunicación interpersonal, la comunicación masiva y la comunicación a través de redes sociales, empleando en cada caso diversos formatos, pero manteniendo en todos ellos una sola idea fuerza, un mensaje centrado en la construcción de valores democráticos compartidos.

Las sucesivas evaluaciones externas al trabajo comunicacional del PADEM concluyeron en que pudo cumplir con suficiencia las tareas de i) informar, ii) motivar/promover la participación, iii) empoderar, e iv) incidir en políticas públicas.

En el ámbito de la Comunicación, el PADEM pudo identificar adecuadamente objetivos y necesidades y precisar lo que se deseaba lograr, para plasmarlo en estrategias y planes de acción y contar al mismo tiempo con un modelo de Monitoreo y Seguimiento para verificar el cumplimiento de las acciones, el logro de resultados y en caso de ser necesario, realizar ajustes.

La revisión de lo alcanzado con la experiencia del Consultorio Municipal, como parte del trabajo comunicacional del PADEM, permite ver que aquel objetivo que se planteó ERBOL en 1995, justo antes de que el Proyecto iniciara su trabajo, en sentido de que la comunicación debe favorecer “la democratización de la palabra y de la sociedad, (...) la democracia participativa, el fortalecimiento de la sociedad civil, la defensa de los derechos humanos y la libertad de expresión”, son metas que se pueden alcanzar si hay capacidad, se dispone de recursos materiales y económicos y sobre todo, se cuenta con un equipo profesional comprometido.

Anexo No 1.-

Diez años: la periodista detrás de la voz de la Doctora Edilicia



La Doctora Edilicia de carne y hueso junto a su ilustración durante un evento del PADEM.

Martes, 14 de julio de 2015 · 19:38

Alejandra Pau / La Paz

Resuelve incertidumbres y allana el camino para la educación ciudadana en los 10 años que su Consultorio Municipal se difunde en la radio. La doctora Edilicia enseña sobre el ejercicio de los derechos y obligaciones de los bolivianos. Su convicción la ha convertido en una celebridad. Esa voz comprometida está a cargo de la periodista Marlene Berríos Gosálvez.

Berríos Gosálvez es una profesional paceña que le ha dedicado gran parte de su vida a su carrera periodística y la comunicación institucional. Después de una década, la voz ha trascendido su espacio en la radio -que a la fecha lleva alrededor de 400 entregas- para presentarse en diferentes ámbitos en donde las personas pasan de las preguntas al debate.

Ser el personaje más conocido en la radio a nivel Bolivia resultó en la publicación de un libro -con varias reediciones y actualizaciones- que incluye las 100 preguntas recurrentes para la Doctora Edilicia. Su éxito en, al menos, cinco versiones de la Feria Internacional del Libro (FIL) se tradujo en largas filas de personas, de todas las edades, interesadas en conocerla.

"Creo que, junto con las Cebras, el personaje de la Doctora Edilicia, que es el resultado de un esfuerzo colectivo, es lo más importante que se ha hecho en materia de educación ciudadana, por lo menos en el ámbito municipal", señala la periodista.

Junto a ella, en los eventos, siempre están las grandes ilustraciones de la Doctora Edilicia, que fueron hechas a su imagen y semejanza.

El inicio del personaje

En 2005, el actual coordinador de Comunicación y Gestión del Conocimiento del Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM), Guímer Zambrana -que aún no formaba parte de dicha institución- creó a la Doctora Edilicia Barrios Campos. Había la idea de hacer un consultorio radiofónico sobre temas municipales que además del PADEM, se coordine con la Federación de Asociaciones Municipales (FAM-Bolivia).

"Justamente Marlene, que era la directora del PADEM, me encargó el trabajo (...). Yo creé el personaje, le puse Edilicia por edil y Barrios Campos porque queríamos que el personaje llegue a los barrios, pero también al área rural. Después nos pusimos a probar varias voces para el personaje", detalla Zambrana.

Buscaban una voz que transmitiera seriedad, firmeza y, al mismo tiempo, amabilidad y calidez, pero ninguna de las que probaban les convencía. Fue la entonces directora la Ayuda Obrera Suiza (hoy Solidar Suiza) Renata Hoffman quien sugirió que Berríos dé su voz al personaje. El resto es historia.

Vocación desde la cuna

Berríos vivió rodeada de la actividad periodística desde la cuna al igual que sus dos hermanos. Su padre Waldo Berríos Pérez fue, durante muchos años, la voz de los noticieros de radio Nueva América y trabajó con Raúl Salmón.

"Uno de los primeros recuerdos que tengo de la niñez es que en una ocasión mi papá, seguramente, se prestó un micrófono de esos con pedestal de la radio. Eso fue un sábado y yo me pasé todo el domingo frente al micrófono encantada de la vida", recuerda.

Su primer trabajo fue en radio El Cóndor, de Oruro, a los 18 años. Le dedicó 11 años al trabajo periodístico en radio, medios impresos, agencias de noticias para luego desempeñarse en varias áreas de la comunicación. Considera que la Doctora Edilicia es uno de los grandes logros profesionales, un logro que resulta de un trabajo en equipo.

Después de una década de protagonizar el consultorio municipal, la voz de la periodista es una marca registrada del PADEM. Tan popular es el personaje que las personas llaman a sus oficinas "exigiendo" hablar con la Doctora Edilicia.

El compromiso y la convicción por lo que hace son las características que la periodista comparte con este entrañable personaje. A ello se suma la seriedad, que no es lo mismo que ser aburrida.

Las consultas y el éxito

Cada mes se realizan cuatro entregas del consultorio radial que se difunde en alrededor del 60 a 70% de las emisoras de Bolivia. Gracias a las redes sociales y a la web del PADEM que lleva el nombre de la Doctora Edilicia se reciben al menos seis consultas por día dirigidas a ella.

Inicialmente, la Doctora Edilicia daba explicaciones más largas con respecto a las consultas sobre la gestión municipal, en diferentes áreas. Hoy el personaje es más proactivo y genera mensajes definidos en temas como, por ejemplo, la violencia de género.

Sin embargo, conserva una característica muy importante, según explica Zambrana, que es la corresponsabilidad ciudadana en donde la persona conoce sus derechos, pero también sus obligaciones.

Cuando las personas se encuentran con la Doctora Edilicia de carne y hueso en algunos eventos, como la FIL, le llevan sus consultas personales y aprovechan para tomarle fotos o hacerse una selfie con ella.

Para su creador y la periodista el secreto para que este personaje se haya convertido en una celebridad, y no de las desechables, es el trabajo de un equipo técnico que tiene la capacidad de observar las nuevas inquietudes de los ciudadanos.

¿Qué sigue en el camino de la Doctora Edilicia? Según Zambrana, se considera que el próximo paso será convertirla en un personaje animado.

El proyecto

Internet La Doctora Edilicia está presente en la web: www.doctoraedilicia.com y tiene un perfil en Facebook y una cuenta en Twitter con su nombre. Éstos son los medios por los cuales los ciudadanos realizan sus consultas.

Testimonio Uno de los comentarios más emotivos que le dejaron a la Doctora Edilicia en el Facebook fue el de un joven que le escribió para contarle que ella lo había inspirado a estudiar la carrera de Derecho, que estaba por concluir.

Financiamiento El PADEM es un proyecto financiado por la Cooperación Suiza en Bolivia e implementado por Solidar Suiza / AOS.

Bibliografía

Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación. (2016). *Comunicación y Desarrollo, Una Guía Práctica*. Berna /Suiza. Ministerio de Asuntos Externos Freiburgstr.

Aguirre, J. L, (Junio 2016) "La radio boliviana en el largo trayecto de educar contando historias: el caso del programa "Voces nuestras", *Revista Ciencia y Cultura*. Volumen (20 No. 36). La Paz, Bolivia.

Aller, L., Calderón, S, Equipo Técnico de SEAMOS. (Diciembre 1995). Marketing Social: Aproximaciones teóricas desde la práctica. *En: Drogas: Investigación para el Debate*. Número (15). La Paz, Bolivia.

Berríos, M, (2001). *Estrategia de Comunicación del Programa de Apoyo a la Democracia Municipal* (Memoria Profesional). Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Departamento de Ciencias de la Comunicación Social. La Paz – Bolivia.

Camacho, C. A, (2007). *Las radios populares en la construcción de ciudadanía: Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*, Bolivia, Recuperado: <http://www.geocities.com/carcam2000>. 1 ed., 1ª reimp.

Escuelas Radiofónicas de Bolivia (1986). *Qué es ERBOL*, cartilla difundida en 1986. Bolivia, recuperada <https://erbol.com.bo/institucional>

Pau, A (14 de julio de 2015). "Diez años: la periodista detrás de la voz de la Doctora Edilicia", Página Siete, recuperado: <https://www.paginasiete.bo/gente/2015/7/15/diez-anos-periodista-detras-doctora-edilicia-63191.html>

Programa de Apoyo a la Democracia Municipal, PADEM (2001). *Plan Rector de la Segunda Fase del Proyecto*, La Paz, Bolivia. Documento Preliminar.

Reyes, J, (Junio 1999). "Una visión de la radio educativa en Bolivia", *Revista Ciencia y Cultura*. Número (5), La Paz, Bolivia.

Reyes, J, (+) (2006). *Momentos Inolvidables Narrados por un Admirador*.
Publicación Póstuma. La Paz, Bolivia. Departamento Formación y Capacitación de
ERBOL, Radio Teatro Boliviano.

Solidar Suiza/AOS (2016). *Construyendo Ciudadanía y Democracia desde el
Municipio*. Los aprendizajes del PADEM, La Paz, Bolivia.