

## Radio Salaki, Burkina Faso



Lugar:	Dédougou, Burkina Faso
Potencia del transmisor	1000 W
Alcance / cobertura	100 km
Audiencia potencial	1,500,000
Audiencia real	900,000
Horas de transmisión	5:30 hasta 24:00 (medianoche)
Personal (21):	11 Productores/periodistas; 7 Técnicos; 4 Administración; 3 Mercadeo; 3 Gestión
Número de voluntarios	-
Propietario/a de la licencia	CEMECA/Association Salaki

### Misión / Visión / Objetivos

Radio Salaki quiere contribuir al despertar de la conciencia de la población, especialmente en la zona rural, para así encausar el cambio de hábitos e impulsar acciones que conducen al desarrollo. La programación cubre también temas como: la protección de los niños, la promoción de la mujer, la agricultura, la seguridad alimentaria y la salud.

### Descripción de la comunidad

Radio Salaki se dirige a una población esencialmente rural compuesta de agricultores, comerciantes, artesanos y pequeños ganaderos. Esta población pertenece a diversas etnias como los Bwaba, San, Dafing, Mossi, Peulh y Nouni. La radio se esfuerza para dirigirse a cada grupo étnico en su lengua, pero las lenguas más utilizadas en la programación son el dioula, el moré y el francés. Cabe anotar que el dioula es el idioma más hablado en la región.

### La Programación

La programación se desarrolla en un 90% en las lenguas nacionales: francés (15%), mooré (30%), dioula (35%), bwamu (10%), san y nouni (5%), fulfuldé (5%).

Radio Salaki presenta diariamente 3 boletines de noticias en francés y 3 respectivamente en lengua dioula, bwamu y mooré. De lunes a viernes, en horas de la mañana se dan 3 flashes informativos en dioula, mooré y bwamu. Los domingos el boletín del mediodía es un resumen semanal de la

actualidad local. Los sábados de 11:00 a 12:00 se transmite un programa de opiniones compartidas sobre la actualidad.

Radio Salaki permite a los oyentes dar su parecer sobre la programación a través del programa "Salaki, yo escucho" que se transmite una vez por semana. La mayor parte de los programas temáticos son en dioula. 4 horas a la semana son para programas de dedicatorias para los oyentes que están al día como miembros de "Los Fieles Oyentes". Se da especial atención a la transmisión en vivo. El animador del programa interviene muchas veces en directo, cuando da su vuelta por los pueblos y da la palabra a los círculos de los miembros.

Estudios de audiencia patrocinados por UNICEF y por el Consejo Superior de la Comunicación han encontrado en 2013 que Radio Salaki era la emisora más escuchada en la región (alrededor de 75%). El nombre de la radio "Saa la ki" (la lluvia hace el grano de mijo) está fuertemente integrado en el diario hablar de los oyentes.

### Conducción / Estructura de gobierno

Radio Salaki forma parte de la Asociación Salaki. Ésta está compuesta por un grupo de comunicadores. La asamblea general está constituida por el conjunto de miembros provenientes de más de 150 pueblos de la región. En cada pueblo hay tres categorías de miembros:

- Los comunicadores comunitarios o los grupos locales de apoyo de la Asociación Salaki, que intervienen en la promoción para lograr el cambio de hábitos y para acompañar a la población en las iniciativas favorables para el desarrollo.
- Los „Fieles Oyentes de Radio Salaki“ (FAURS). Éstos sostienen la radio, haciendo promoción de los programas y mercadeo social.
- Las mujeres de Salaki. Ellas dirigen las actividades de promoción y desarrollo de la mujer.

En los pueblos estos tres grupos conforman un solo departamento de coordinación que vela porque cada entidad quede dentro de su papel asignado: los grupos locales de apoyo de la Asociación Salaki para la promoción, los FAURS para la radio y las Mujeres de Salaki para todo lo relacionado con la promoción de la mujer.

### Entorno Mediático

La región de Boucle du Mouhoun cuenta con 15 radios privadas. Una de ellas es Radio Salaki. A Dédougou, capital de la región, Radio Salaki comparte las ondas con una emisora islámica (Radio Ahmadia), una radio católica (Radio Fréquence Espoir) y una radio comercial (Radio Bankuy). Por el momento, no hay una emisora privada de televisión. La radio y la televisión nacional acaban de instalarse en la ciudad de Dédougou y piensan ofrecer pronto un servicio regional. Por ahora, estos medios públicos se limitan a ponerse en cadena con las casas matrices basadas en la capital (Ouagadougou). Los periódicos nacionales, Sydwaya, L'Observateur Paalga y Le Pays, tienen sus corresponsales locales.

## Fuentes de Ingreso

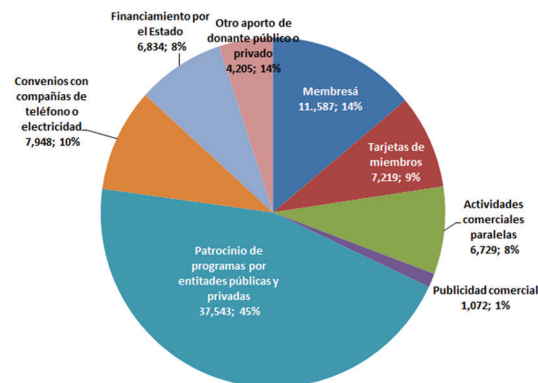
Radio Salaki está ubicada en una zona rural. Se autofinancia en casi 90% gracias a una estrategia apropiada de mercadeo. En 2013, los desembolsos de la radio ascendieron a FCFA 41,039,000 ( US-\$ 86,291). La radio ha podido financiar un total de FCFA 39,539,000 (US-\$ 83,137). Para saldar la cuenta, la Asociación Salaki aportó FCFA 2,000,000 (US-\$ 4,205).

La principal fuente de entradas proviene de las campañas radiofónicas. Por la importancia de su cobertura (100 km) y la fama de ser una radio con gran audiencia (75%), Radio Salaki es muy solicitada por las ONGs y los diversos servicios que quieren hacer campañas radiofónicas.

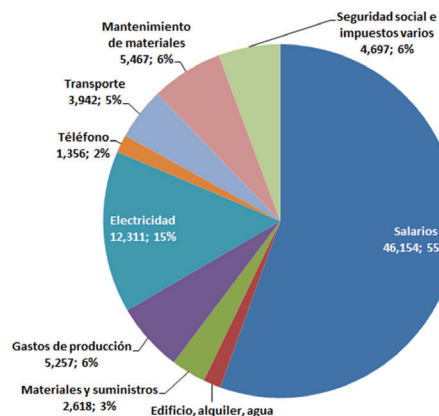
La publicidad comercial es bastante baja, aunque algunas empresas llegan a la radio para difundir su publicidad. El servicio de mercadeo se esfuerza para movilizar los anunciantes alrededor de la emisora, pero esto sigue siendo difícil. La población solicita los comunicados y anuncios, pero hay que tomar en cuenta la competencia de las demás emisoras.

Un trabajador de la radio es nombrado para esta tarea. La mayoría de los pueblos cubiertos por la señal de Radio Salaki son organizados en “Células de Fieles Oyentes” (FAURS). Cada una de estas células tiene un comité que consta de un presidente, un tesorero, un secretario, un responsable del mercadeo y un periodista o reportero comunitario. El responsable del mercadeo se encarga de recoger las solicitudes de servicios radiofónicos y de encaminarlos a la emisora. Por este trabajo recibe el 5 % de las entradas recogidas. El animador de equipos de FAURS recorre los pueblos para dinamizar los comités. Este seguimiento es fundamental para mantener a los equipos en alerta y activos. Durante su visita, el animador recoge también el dinero que han juntado los responsables locales de mercadeo. Cada miembro de los grupos de FAURS debe tener su tarjeta de miembro al día. Ésta cuesta FCFA 500 (US-\$ 0,5) por mes. La tarjeta da derecho a las dedicatorias

INGRESOS ANUALES (US-\$)



EGRESOS MENSUALES (US-\$)



La participación de la comunidad se realiza a través del servicio de animación de la audiencia

durante los programas dirigidos a los Fieles Oyentes. Las entradas de las primeras tarjetas de miembros en un nuevo equipo de FAURS se destinan en un 50% para la radio y 50% para el mantenimiento del nuevo equipo. El animador realiza un promedio de tres salidas por semana. Esto le permite recolectar alrededor de FCFA 30,000 (US-\$ 63) por pueblo. Cada semana hay un programa dedicado a los intercambios entre los diferentes equipos.

La participación de comunidad se promueve igualmente a través de los servicios de animación de las noches bailables. Un sistema de megafonía es prestado con regularidad por los oyentes para organizar un baile o un djandjoba (una danza prestigiosa de las mujeres). Una sesión de baile cuesta unos FCFA 60,000 (US-\$ 126) lo que arroja una ganancia de por lo menos FCFA 120,000 (US-\$ 252) por mes.

### La ayuda anual del Estado

El Estado proporciona anualmente una suma que debe ser compartida entre los medios privados. Para beneficiarse de este fondo, cada medio debe presentar un expediente de solicitud en que constan sus horarios y tarifas.

La radio y la Asociación Salaki llevan la contabilidad separada. En caso de déficit, la asociación salda la cuenta de la radio. Pero normalmente esto no supera el 5% a 10% del presupuesto.

Informe:  
Camille Sawadogo  
Michel Philippart