



RESUMEN DEL 4 DE ABRIL

Los temas más destacados en las últimas 24 horas

Otra vez era realmente fortalecedor revisar los muchos aportes de todos ustedes, que, como el equipo de CAMECO y yo también somos apasionados para lograr que estas plataformas de desarrollo y de cambio social que son las radios comunitarias, sean eficazmente sostenibles.

Aquí se enfocarán algunos de los debates más recientes, pero les recomiendo de hacer un repaso de los resúmenes con sus puntos fuertes discutidos en días pasados.

La generación de ingresos 'fuera del aire' – un aspecto de la sostenibilidad financiera

Para adentrarnos de verdad en la factibilidad de una generación de ingresos 'fuera del aire' y para conocer las experiencias concretas y prácticas, lanzamos esta cuestión en LinkedIn esta mañana. El tema ha sido discutido en varias corrientes temáticas en las últimas 24 horas y antes.

Nos hemos puesto de acuerdo en que, para ser sostenible, una radio comunitaria necesita:

- Que la participación y el compromiso de la comunidad en su radio desemboque en que ella sea su real propietaria; que los programas tengan contenidos relevantes y enfoquen los problemas vitales de la gente; que los oyentes se involucren a través de clubes, campañas, etc.; transparencia y honradez en la dirección de la emisora; claridad de visión, valores y ética; que suene la variedad de voces de la comunidad; y así seguidas. Realmente, todos, todas creemos en esto por experiencia.
- Una sana mezcla de fuentes de ingreso para ser menos vulnerables
- Que la composición de estos ingresos sea de acuerdo a la realidad de cada emisora
- La capacidad de manejar bien estos recursos
- Conocer cuál es la audiencia, tanto para ajustar la programación a sus gustos y necesidades como para aumentar la publicidad
- Investigar qué incidencia tiene la radio en la audiencia con respecto a su compromiso con el desarrollo y el cambio social, y con estos datos forjar convenios con instituciones que impulsan estos objetivos.

Algunos ejemplos en el área de los ingresos 'fuera del aire' se aportaron ayer:

¿Qué tipo de ingreso es aceptable?

Ya se ha tenido una discusión animada en días pasados sobre si la generación de ingresos se puede hacer a todo precio (el director de Radio Wa, Uganda).

En Radio Viva en Paraguay, Arturo, el director cuenta acerca de la producción de mango y los eventos que ellos han creado. En los últimos tres años han ganado varias ofertas para organizar 50 eventos. De esta forma generar 58% de los ingresos requeridos para hacer funcionar la radio. El secreto es de producir calidad y de ser un poquito más barato en el mercado que los demás. Requiere un buen manejo y gente dedicada especialmente para hacer esto. Pero funciona.

Loli de Mozambique pregunta si esto es verdaderamente lo que la radio quiere. ¿No estaríamos, nosotros y las radios comunitarias, perdiendo nuestra identidad así? Ella menciona que en



Mozambique muchas radios comunitarias y centros multimedia comunitarios (CMC) se arreglan vendiendo servicios sencillos de oficina, como el uso de una computadora o escribiendo una carta para un miembro de la comunidad o sacando fotocopias. Esto funciona hasta que la fotocopidora se rinde, a menos que se tenga un buen programa de mantenimiento y se ahorre para eventuales repuestos.

Clubes de oyentes, 'amigos/as de la radio' y membresía comunitaria

Jane/IMS dio el ejemplo de una bien organizada radio comunitaria religiosa en Bangui, República Centroafricana. Jane escribe: "Una de las principales corrientes de ingresos viene de 'los amigos de la radio'. Los oyentes que habían recibido una tarjeta con su foto, nombre y fecha de ingreso al grupo de amigos. Estos amigos/as pagan una pequeña cuota mensual a la radio. Son invitados a participar en reuniones para ellos, puede proponer debates para ser transmitidos o participar en ellos, si la radio lo veía interesante. El gesto simbólico de tener una tarjeta de la radio crea un tipo de propiedad que no debe subestimarse con miras a la sostenibilidad a largo plazo."

Carole Sambale-Tannert/Fokus trabaja en Chad, y describe qué pobres son las radios comunitarias allá. En su trabajo en Gounou Gaya, dos emisoras necesitaban urgentemente el apoyo para poder pagar los gastos de operación de los generadores. Por eso, el comité director decidió visitar todos los jefes de aldea de la zona de cobertura (50 km de distancia), pidiéndoles de movilizar a la población para su radio. Se pidió una cuota mínima a cada familia, a cambio de difundir mensajes y dedicatorias. El plan funcionó, pero exigió mucho tiempo para hacerlo funcionar. Será importante tener un grupo de voluntarios de las comunidades para hacer esto. Igualmente se va a necesitar el apoyo a través de convenios.

La Organización de Alimentos y Agricultura de las Naciones Unidas (FAO) ha trabajado muchos con los clubes de mujeres oyentes en el Oeste de África en el Programa Dimitra. Para saber más (en inglés): <http://www.fao.org/dimitra/dimitra-community-listeners-clubs/en/>

Aumentar los ingresos a través de las redes o asociaciones de radio. ¿Qué experiencia tienen?

Ayer nos lanzamos a cuestionar a los participantes sobre la utilidad de las redes de radios u otras formas colectivas para asegurar una mezcla sana y multifacética de ingresos.

Este tema ha sido tocado ya en días pasados. Venu Arora de Ideosync en la India se pregunta si conviene que radios comunitarias pequeñas en comunidades pobres se preocupen todo el tiempo acerca del financiamiento. ¿Podría una red o asociación regional o nacional jugar un papel en esto?

John Goslino presenta la experiencia no muy positiva de Australia donde una red de radios comunitarias hacía la compra de publicidad y la venta de tiempo de transmisión en forma colectiva. Pero el intento tuvo un éxito bastante limitado.

Birgitte, la moderadora de este foro, contó su experiencia con un buen grupo de radios comunitarias en Mozambique. Allí los fondos recaudados por la red nacional de radios comunitarias FORCOM, significaron un importante aporte a los ingresos requeridos por las radios afiliadas.



Petra Stammen, responsable de CAMECO para África anglófona, habló de una iniciativa - desafortunadamente fallida - de un grupo de emisoras católicas de Uganda que montaron una oficina común en la capital Kampala para el mercadeo común. Pero dos emisoras en el Norte del país (Radio Wa en Lira y Radio Pacis en Arua) decidieron abandonar el arreglo porque no todas las emisoras no mostraron el mismo compromiso y fallaron en los pagos puntuales y el cumplimiento de las reglas acordadas. Ahora Radio Wa y Radio Pacis comparten una oficina similar y los pagos se hacen juntos y a tiempo.

Alberto Eisman, director de Radio Wa 89.8 FM aclaró que hubo un compromiso desigual a una organización estructura común y por eso los recursos no pudieron implementarse en el momento adecuado. Ahora Alberto ya no es tan optimista cuando se trata de cooperar en foros o redes. Dice que otras redes de radio han fracasado en Uganda.

Sofie Jannusch, coordinadora de desarrollo de medios en CAMECO dio el ejemplo de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) de Perú, una asociación de emisoras educativas y centros de comunicación, que creó una agencia conjunta de publicidad. Hoy la CNR trabaja de otra manera, pero sigue siendo un punto de inspiración que la asociación tenía que comenzar a "crear su propio mercado" haciendo:

- sus propios estudios de audiencia - antes no existía ni la investigación ni los datos de audiencia en la zonas rurales del país
- un bosquejo del estilo de vida de la audiencia: un análisis del contexto diario, las creencias y el comportamiento de los oyentes ayudó a las emisoras a conocer mejor a su gente para ajustar los programas y satisfacer mejor los intereses específicos de los anunciantes
- convenios estratégicos con radios fuera de la asociación (para ganar cobertura nacional)
- ventaja comparativa: una relación más cercana entre las radios y sus públicos, prácticas transparente de la agencia y haciendo cuentas en la moneda nacional (no en dólares)

Sofie pregunta: ¿da la CNR un ejemplo de mejor práctica de cómo las asociaciones nacionales de radios comunitarias pueden apoyar a sus miembros a nivel financiero? ¿Es un caso demasiado particular o podría ser modelo para otros países y regiones?

(El artículo es parte de la publicación de CAMECO "Money Matters". Véase:

http://www.cameco.org/files/money_matters_documentation_colour_1.pdf pp. 67-71.)

La próxima semana el artículo vendrá traducido al español.

El trueque y los aportes en especie para las radios – un ejemplo desde Pakistan

Najib Ahmad/director de The Communicators pvt.ltd en Pakistan menciona que en su país la estrategia de trueque (libre de dinero) funciona de maravilla para las radios comunitarias. Por ejemplo, se pidió a un restaurante cerca de la emisora poner anuncios gratuitos en la radio para ver si rendía. El dueño se convenció y a cambio dio comida a los trabajadores de la radio. Luego, el restaurante seguía dando gustosamente la comida y ADEMÁS pagaba por los anuncios. Con esto podríamos comenzar la discusión la próxima semana.

Esto es todo por hoy.