



## RESUMEN DEL DEBATE DEL 2 DE ABRIL

¡Buenos días!

Mientras las discusiones toman su curso, la nueva pregunta de hoy es: ¿de qué manera está participando su comunidad en la generación de ingresos para la radio?

Por supuesto, en esta primera fase, el tema se explora haciendo las preguntas de fondo.

Aquí inicia el debate del 2 de abril y las preguntas enfocadas en los siguientes temas en las tres corrientes lingüísticas.

Hay un acuerdo que, sin la propiedad de la comunidad (base de la sostenibilidad social), no puede haber sostenibilidad económica. Tenemos varios aportes que nos confirman las formas en qué esto se hace.

- En el resumen de ayer compartimos la experiencia de Perú donde la comunidad contribuye a la radio, porque la gente entiende que la radio los apoya.
- En la experiencia de SAMAD FM de Nepal, presentada por Sofie Jannusch de CAMECO, la radio financia las operaciones y la mayor parte de la infraestructura a través de los aportes de la comunidad. La propiedad sólida de la comunidad parece ser la llave para el éxito, sostenido por unas estructuras participativas en la dirección y la programación. Una breve reseña de esta emisora y una descripción de su generación de ingresos se puede encontrar en la página web de CAMECO en tres idiomas: <http://www.cameco.org/english/resources/Radio-and-Participation/>

La fórmula mágica no existe.

- Es importante encontrar las formas de financiamiento adaptadas a la realidad local: ¿cuáles son las necesidades y cuáles son las oportunidades?
- Hay que elaborar la mezcla eficaz de ingresos y de financiar los costos.
- Hace falta tener programas sólidos que hagan crecer la audiencia.
- Y realizar estudios de impacto para registrar los cambios que la radio produce en la comunidad.

¿De qué manera está participando su comunidad en la generación de ingresos para la radio? ¿Cómo se organiza y se maneja esto?

- En la experiencia de SAMAD FM en Nepal, se prefiere financiar las operaciones y las inversiones mediante los aportes de la misma comunidad. Los pagos de membresía y las donaciones (algunos pagos en especie) ascienden al 70% de las entradas mensuales de la emisora.
- La experiencia de Radio Salaki en Burkina Faso, África, está basada sobre las 'Células de Fieles Oyentes' (FAURS), que se encargan de juntar ideas y fondos para los programas de interés especial para las comunidades. La versión francesa está disponible (otros idiomas van en camino): <http://www.cameco.org/english/resources/Radio-and-Participation/>

El papel de los donantes en el financiamiento de las radios comunitarias:

- ¿Puede una radio comunitaria llegar a ser sostenible cuando ha sido iniciada con el apoyo financiero de donantes?
- ¿Puede una radio comunitaria, ubicada en un comunidad pobre, comenzar a trabajar SIN el apoyo inicial de donantes o socios para su equipamiento?
- ¿De qué formas eficaces y constructivas pueden los donantes apoyar las radios?



## El papel del apoyo del Estado:

- En ciertos países de América Latina el Estado apoya la instalación de las radios comunitarias, pero luego las emisoras tienen que encargarse de los gastos de operación.
- Venu Arora, el director de proyectos de Ideosync Media Combine en la India lanza la pregunta ¿no debería una comunidad pobre tener derecho a una radio comunitaria? ¿No debería proveerse el acceso a una radio comunitaria igual como se provee los servicios básicos de educación y salud?

## ¿Qué tipo de ingresos son bienvenidos?

- ¿Necesitamos obtener ingresos a toda costa? ¿Qué tipo de apoyo rechaza la radio a partir de sus valores?
- ¿Cómo seguimos por el buen camino en cuestión de finanzas?
- ¿Cómo evitamos la publicidad o los donantes que quieren influenciar la programación?
- ¿Hay prácticas comerciales que no están bienvenidos (ej.: sobornos para los anunciantes).

## Recaudación de fondos en grupo:

- La buena experiencia de Uganda (como fue expuesta ayer)
- En algunos países, redes o asociaciones de radio comunitaria han investigado y experimentado con la compra colectiva de publicidad y la venta de tiempo al aire (por ejemplo en Australia). Pero el éxito ha sido limitado.

Durante los próximos 10 días vamos a explorar estos temas y tratar de llegar al fondo. Esperamos sacar lecciones de los éxitos y también de los fracasos.

birgitte