

¿EN QUÉ PODRÍA CONSISTIR EL APOORTE DE LAS AGENCIAS DE AYUDA AL AUTO-FINANCIAMIENTO?

por Christoph Dietz
Project Research CAMECO

La mayor parte de los proyectos de medios de comunicación recibe o recibió gran parte de su presupuesto directamente de las agencias de ayuda de Europa. Desde hace algunos años estos financiadores externos están alertando a los radios populares que deben buscar mayor independencia. Son varios factores que han influido en esta política:

- * La cantidad de solicitudes de nuevos proyectos radiofónicos alternativos sigue creciendo.
- * En general el aporte por radio subió continuamente por la alza de los costos de vida y las nuevas tecnologías.
- * Con el fin del imperio soviético se destinan más recursos al Oriente de Europa.
- * Las campañas de colección de fondos ya no traen más ingresos, sino al contrario tienden a bajar.
- * Una visión realística del impacto de los medios de comunicación muestra, que los radios y revistas alternativos solamente son un factor entre muchos que influyen en el desarrollo de la «sociedad civil».
- * Se pone más cuidado en nuevos temas y necesidades como sería el caso de la protección del medio ambiente y los proyectos a favor de la mujer.

Sin lugar a dudas las agencias de ayuda han asumido una responsabilidad importante ante los medios de comunicación alternativos. Según el «Inventario de Medios de Comunicación en América Latina» (Quito: CIESPAL 1993) el 7 % de las emisoras latinoamericanas pueden ser clasificadas como culturales y educativas, de las cuales muchas reciben financiación externa.

El asesor holandés de Radio Chiwalaki (Cochabamba, Bolivia), Victor van Oeyen, a pedido de la Communication Assistance Fund (CAF) preparó un resumen de los problemas actuales de los radios populares en América Latina. (1) Uno de los temas que él preguntó a los comunicadores fue ¿cómo pueden las agencias de ayuda asumir su responsabilidad y no dejar solas a los radios en su búsqueda de aumentar ingresos propios? Presentamos a continuación algunas de las sugerencias:

Los financiadores externos deberían financiar equipos que sean de buena calidad para que después no pesen demasiado sobre los presupuestos. Este es el ejemplo de los nuevos transmisores modulares de radio (por ejemplo la NAUTEL o National Broadcasting) que al comienzo requieren una mayor inversión, pero que ahorran gran porcentaje de la electricidad y de los repuestos en comparación con los transmisores de válvula - lo cual a largo plazo resulta ser la alternativa más económica.

Las posibilidades de las agencias han cambiado

¿Cómo pueden las agencias asumir su co-responsabilidad?

Financiar buenos equipos técnicos

RADIO SANTA MARIA - UN EJEMPLO DEL SISTEMA ECCA

Radio Santa Maria (La Vega, République Dominicaine) est une des stations les plus connues en Amérique Latine pour avoir adopté le modèle de radio scolaire ECCA, dans un contexte rural. Son directeur actuel, le P. Antonio Luberes SJ. présente ici le cadre général de la gestion de la radio qui vise à l'auto-financement des frais courants, mais aussi soutient les organisations locales des paysans.

RESUME

Apoyar iniciativas nuevas de ampliar la base financiera

Apoyar iniciativas de generación de ingresos mediante la inversión en otras actividades. Se podría por ejemplo tratar de instalar una emisora más comercial que sustenta la emisora popular educativa (el caso de Radio Latacunga, Ecuador, o de Radio Veraguas, Panamá, donde la emisora FM contribuye al financiamiento de la AM). Se podría ofrecer actividades afines como la producción de material audiovisual, servicios de capacitación, producción de comerciales o talleres de reparación de equipos. Inicialmente todas estas iniciativas también necesitan una inversión. Otra posibilidad sería la financiación de empresas paralelas: Radio Chivalaki p.ej. comercializa truchas, producidas en lagunas cercanas.

Garantizar el financiamiento en el campo de capacitación

Sería importante que se estimule la capacitación respecto a una mejor gestión económica. En los campos de gestión, contabilidad, manejo de personal, análisis y planificación de la programación todavía hay mucho por hacer. La capacitación nunca puede ser autofinanciada. Por eso sigue siendo una tarea central para garantizar el avance de las radios comunitarias.

Ser abiertos a los avances tecnológicos

Para poder competir al mercado de los medios de comunicación, las radios eclesiósticas también requieren de los equipos modernos. Ya hay varias cadenas comerciales que usan el satélite. Existe el peligro que las radios alternativas poco a poco pierden su importancia debido a tecnologías ya pasadas.

Aceptar los límites

Exigir autofinanciamiento donde se puede y aceptar que en otros casos no será posible. Por ejemplo, se debería tener en cuenta que la población rural en zonas marginadas no es atractiva para la publicidad porque carece de poder adquisitivo. Una cosa es buscar publicidad en la capital, otra cosa es el pueblito selvícola en la Amazonía.

Sistematizar experiencias

Las agencias deben promover la sistematización e intercambio de experiencias para diseñar estrategias globales y crear modelos que pueden ser reproducidos en otro lado. Hay algunos ejemplos como el caso de ERPE (en Riobamba, Ecuador) o ALER (Quito) donde se ha contratado una persona para que vaya a ver todas las posibilidades para autofinanciarse (vease también el artículo de «SEDE» en este IB).

(1) Victor van Oeyen: Algunos temas de actualidad de la radio popular, alternativa y comunitaria en América Latina, Sistematización realizada por encargo del Communication Assistance Fund (CAF) en Holanda - Cochabamba, Bolivia, Marzo 1994

¿EN QUE PODRIA CONSISTIR EL APOORTE DE LAS AGENCIAS DE AYUDA AL AUTOFINANCIAMIENTO?

SUMMARY

Most of the so-called cultural or educational radio stations in Latin America have received funds from the funding agencies to secure or improve their operations. The actual debate on financial self-reliance on the one hand, urges the local responsables to look for a greater independence from regular help. At the same time, project holders formulate their expectations on how agencies could help them to reach this aim. The article summarizes some suggestions collected by Victor van Oeyen, adviser of Radio Chivalaki (Cochabamba, Bolivia), stressing for example the importance of (management) formation and investments in high-quality equipment.

RESUME

La plupart des stations de radio dites culturelles ou éducatives en Amérique Latine ont reçu des subsides des Agences d'Aide pour maintenir ou améliorer leurs activités. Le débat actuel à propos de leur autonomie financière oblige les responsables locaux à rechercher une plus grande indépendance par rapport à l'aide extérieure. Mais de leur côté, ces mêmes responsables s'interrogent sur la manière dont les organismes donateurs pourraient les aider à atteindre cet objectif. Cet article présente une série de suggestions dans ce sens recueillies par Victor van Oeyen, conseiller auprès de «Radio Chivalaki» (Cochabamba, Bolivie), et souligne en particulier l'importance de la formation (à la gestion) et des investissements nécessaires pour l'acquisition d'équipements performants.