



FARMERS VOICE RADIO / RADIO LA VOZ DE LOS PRODUCTORES(AS)

Más Allá del Proyecto: Sostenibilidad de Radio la Voz de los Productores(as)

La sostenibilidad social, económica y ambiental es fundamental para el enfoque de Radio la Voz de los Productores(as). La comunicación entre pares ha demostrado ser uno de los métodos más efectivos para lograr un cambio de comportamiento duradero. Al transmitir en las propias voces de los agricultores, Radio la Voz de los Productores(as) enfatiza la importancia de encontrar soluciones locales a problemas locales, contribuyendo al desarrollo de comunidades más fuertes e inclusivas.

Pero la realidad es que muchos programas de Radio la Voz de los Productores(as) son financiados inicialmente por subvenciones fijas. Entonces, ¿cómo asegurar que los beneficios del programa continúen una vez que se hayan utilizado los fondos? Hay dos tipos de sostenibilidad a tener en cuenta, ambos deben considerarse en la etapa de planificación del proyecto:

- 1) La sostenibilidad de la intervención en sí, es decir, cómo los programas de Radio la Voz de los Productores(as) pueden autofinanciarse.
- 2) La sostenibilidad de los resultados, es decir, cómo asegurar que los resultados positivos de los programas, en forma de mayor conocimiento, cambio de actitudes y nuevos comportamientos, se mantengan una vez que los programas hayan terminado.

01 Sostenibilidad de la Intervención

a Asegúrese de que la estación de radio sea un socio, no solo un proveedor de servicios.

Muchas estaciones de radio comunitarias con una misión educativa o de desarrollo suelen estar en busca de contenido nuevo e interesante para mejorar su programación. Las estaciones comerciales también pueden estar buscando formas innovadoras de atraer a su audiencia y expandir su participación en el mercado. De cualquier manera, aunque a menudo necesita "comprar" tiempo de emisión y servicios de producción para su programa de Radio la Voz de los Productores(as), es importante ver esto como una colaboración a largo plazo con la estación de radio. El personal de la estación de radio aprende nuevas habilidades y tiene la oportunidad de hacer más grabaciones en campo de lo que harían normalmente, ayudándoles a establecer nuevos vínculos comunitarios que pueden utilizar para otros programas. Como resultado de estos beneficios, una vez establecido un programa, a menudo es posible persuadir a las estaciones para que proporcionen tarifas con descuento o incluso espacios gratuitos ocasionales, haciendo que la programación adicional de Radio la Voz de los Productores(as) sea más asequible.

b Involucre a los socios institucionales adecuados.

Durante el desarrollo de su plan de Radio la Voz de los Productores(as), habrá identificado socios clave que pueden proporcionar aportes técnicos relevantes al contenido del programa. También es importante considerar cuáles de estos actores pueden tener interés en que los programas sean exitosos porque contribuyen a sus propios objetivos organizacionales. Los Ministerios de Agricultura (específicamente los Departamentos de Extensión) y las autoridades de desarrollo y comercialización de productos son ejemplos obvios y hemos visto muchos casos de tales instituciones que comienzan a incorporar la radio como un nuevo canal para sus programas de extensión agrícola después de haber estado involucrados en un proyecto de Radio la Voz de los Productores(as).

c

Busque flujos de financiamiento internos.

Como se discute en la sección 2a a continuación, Radio la Voz de los Productores(as) es más impactante cuando se usa para complementar otras actividades de extensión agrícola. Una vez que los miembros o usuarios del servicio se convierten en oyentes regulares y experimentan los beneficios de los programas de radio, a menudo presionan para su continuación, viendo los programas como una forma importante de conectarse con su asociación, cooperativa o proveedor de servicios. Este apoyo generalizado luego les da a las organizaciones facilitadoras el mandato que necesitan para financiar futuros programas utilizando recursos internos, como cuotas de membresía o primas de certificación.

d

Reutilice los archivos de audio.

Durante la contratación con estaciones de radio, es importante asegurar que los archivos de audio de los programas transmitidos se suministren a la organización facilitadora y que esta retenga el derecho a reutilizarlos como desee. Estos programas pueden luego ser utilizados de varias maneras, ya sea en su forma original, editados en segmentos más cortos o incluso como podcasts, por ejemplo, reproduciéndolos durante las escuelas de campo o en puestos de escucha comunitarios, distribuyéndolos a través de WhatsApp (si los productores(as) tienen teléfonos con acceso a internet) o transmitiéndolos en otra estación de radio. Esto puede ser particularmente beneficioso para temas sensibles al tiempo, como la cosecha o el procesamiento postcosecha, cuando es importante difundir mensajes clave a un gran número de agricultores de manera rápida y consistente en un momento particular del año.

e

Busque patrocinio, pero con precaución.

En ciertos contextos, puede ser posible asegurar patrocinio para la continuación de un programa de Radio la Voz de los Productores(as), por ejemplo, de un socio de la cadena de suministro o una empresa del sector servicios. Sin embargo, las implicaciones de dicho patrocinio deben ser completamente exploradas antes de entrar en cualquier acuerdo, ya que es vital NO socavar la propiedad del programa por parte de los productores(as), permitir que información sesgada se infiltre en el contenido o ser visto como que se está empujando un producto o servicio particular a los productores(as).

f

Sea oportunista.

Algunos programas de Radio la Voz de los Productores(as) han evolucionado en instituciones de larga duración casi por accidente. Chai FM en el Distrito de Rungwe, Tanzania, es un ejemplo de esto: en 2015, la Asociación de Pequeños Productores de Té de Rungwe estableció su propia estación de radio comunitaria después de que la estación local con la que habían estado trabajando durante seis meses se vio obligada a cerrar. Refiriéndose al punto c arriba, la asociación pudo hacer esto porque ya se había establecido una audiencia dedicada al programa entre sus miembros y apoyaron a la asociación para solicitar una licencia de radio. Chai FM continúa transmitiendo hoy en día.

02 Sostenibilidad de los Resultados

a

Asegúrese de que los programas sean relevantes, apropiados y orientados a la demanda.

Nuestro aprendizaje muestra que Radio la Voz de los Productores(as) provoca cambios a largo plazo en habilidades, actitudes y comportamientos porque proporciona una plataforma para el intercambio de conocimientos entre pares que es oportuna, apropiada y relevante. Los pequeños productores(as) están más dispuestos a arriesgarse a probar una nueva práctica cuando alguien con quien se identifican ya lo ha hecho con resultados positivos en un contexto similar. Pero es importante utilizar [sistemas de participación de oyentes](#) y [monitoreo](#) regular para asegurarse de que los programas están teniendo el efecto deseado y para hacer cambios (introduciendo nuevos temas, voces o perspectivas) en respuesta a los comentarios.

b

Considere cómo Farmers' Voice Radio puede apoyar y ser apoyado por otras actividades.

Radio la Voz de los Productores(as) es más impactante cuando se usa para complementar otras actividades de extensión agrícola. La investigación muestra que cuando las personas escuchan el mismo mensaje varias veces de múltiples fuentes, es más probable que lo asimilen y cambien su comportamiento a largo plazo. Incluso después de que los programas regulares de Radio la Voz de los Productores(as) hayan terminado, trate de asegurarse de que los mensajes clave desarrollados para su plan de contenido se repitan en cualquier sesión de capacitación, actividades de escuela de campo/demostración, envíos de SMS, etc.

c

Seleccione actores de cambio y 'adoptadores tempranos' como actores clave

El [recurso 8](#) contiene orientación sobre la selección de miembros del Grupo de Referencia del Programa y el [recurso 10](#) sobre Campeones de Radio. Identificar a las personas adecuadas para estos roles es vital ya que tienen el potencial de convertirse en importantes movilizados comunitarios cuya influencia se extiende mucho más allá de la duración de los programas de radio. En un proyecto con comunidades en el borde del bosque de Gola en [Sierra Leona](#), vimos cómo los Campeones de Radio continuaron facilitando reuniones mensuales de autoayuda después de que los programas radiales terminaron, alentando a los miembros de la comunidad a buscar soluciones internas en lugar de externas para sus problemas y a responsabilizarse mutuamente por la implementación de buenas prácticas.