



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

ESCUELA INTERNACIONAL DE DOCTORADO

Programa de Doctorado en Dirección de Comunicación

« La radio en Afrique : Le cas du Burundi (2015) »

Autor:

Hélène Mpawenimana

Directores:

Dra. Dña. Isabel Sarabia Andúgar

Murcia, julio de 2017



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

**AUTORIZACIÓN DE LA DIRECTORA DE LA TESIS
PARA SU PRESENTACIÓN**

La Dra. Dña. **Isabel Sarabia Andúgar** como Directora de la Tesis Doctoral titulada “LA RADIO EN AFRIQUE : Le cas du Burundi 2015.” realizada por Dña. **Hélène Mpawenimana** en el Departamento de Ciencias de la Comunicación, **autoriza su presentación a trámite** dado que reúne las condiciones necesarias para su defensa.

LO QUE FIRMO, PARA DAR CUMPLIMIENTO A LOS REALES DECRETOS 99/2011, 1393/2007, 56/2005 Y 778/98, EN MURCIA A 6 DE ABRIL DE 2017.

Fdo. Isabel Sarabia Andúgar

Resumen

La radio se ha puesto a disposición de África y ésta se ha apropiado de ella. La radio en África llega durante el periodo colonial, desde las metrópolis en las primeras décadas del siglo XX. El desarrollo de este medio ha estado muy vinculado a los eventos que se han vivido en África, lo que implica que la trayectoria histórica de las naciones y su dinámica política son las responsables de la actual configuración del sistema político y de medios de los Estados.

La razón principal de la popularidad de la radio en África reside en su capacidad de adaptarse a todas las particularidades del continente dando respuestas a las numerosas trabas e impedimentos en su desarrollo como la complejidad geográfica del territorio, la deficiencia en infraestructuras, la dispersión de la población, la limitada libertad de expresión, etc.

La estructura de la radio en África distingue cuatro categorías de emisoras: En primer lugar la pública. En segundo la privada, que integra, a su vez, las emisoras comerciales, comunitarias y asociativas, y las confesionales. En tercer lugar se encuentran las radios internacionales, y en cuarto, como modelo muy específico de la zona, la radio para la paz. En lo que respecta a las iniciativas radiofónicas, los fundadores de las emisoras en África nos encontramos todo tipo de promotores, desde la Administración, las asociaciones, las iglesias y organizaciones religiosas, colectivos de mujeres, jóvenes, así como grupos de comunicación. Por otra parte, se observa una importante presencia de agentes extranjeros implicados en el desarrollo de la radio en África.

El sistema radiofónico de Burundi se encuentra en la línea de la mayoría de los que se han configurado en el resto de países africanos aunque presenta algunas particularidades. El punto de inflexión del desarrollo de la radio se produce después de la crisis del 93. Esto explica el hecho de que la paz y la reconciliación constituyan el eje sobre el que gravitan los contenidos de emisoras comunitarias, confesionales e incluso las comerciales. La precariedad del mercado de la publicidad impide el despliegue de una industria en torno a esta actividad. La radio en Burundi padece ciertos problemas la mayoría de ellos están relacionados con la crisis sociopolítica del país, la carencia de recursos financieros, así como de materiales y profesionales cualificados.

Términos TESAURO: HISTORIA; RADIODIFUSIÓN SONIDO TELEVISIÓN; GUERRA Y PAZ; RESOLUCION DE CONFLICTOS; SECTOR DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES; POLITICA DE COMUNICACIONES; POLITICA CULTURAL.

REMERCIEMENTS: Mes remerciements s'adressent avant tout à Dieu, le Tout Puissant. Grâce à sa providence mon grand rêve est devenu une réalité ; avec Dieu, tout est possible. Je tiens à remercier le Gouvernement du Burundi qui, à travers le Ministère de l'Education, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique m'a accordé une Bourse pour mener au bout mes études du troisième cycle universitaire. Mes remerciements s'adressent également à l'UCAM, pour son soutien matériel afin de terminer cette thèse. Je remercie aussi à l'Université de Ngozi, spécialement Mr l'Abbé Apollinaire Bangayimbaga, Recteur, pour m'avoir recommandé au Ministère de l'Education comme candidat à la bourse du Gouvernement et pour m'avoir accueilli pendant mon séjour de recherche au Burundi. Mes remerciements particuliers vont à Madame la Directrice de cette thèse, Docteur Isabel Sarabia Andúgar qui, malgré ses multiples responsabilités a accepté de diriger cette thèse et qui n'a ménagé aucun effort pour qu'elle soit une réalité. Ses conseils scientifiques, ses conversations pleines de tendresse et enrichissantes, sa patience malgré mes multiples questions et mon inquiétude, sa disponibilité inconditionnelle, son encouragement durant tout ce long trajet et surtout pendant les moments les plus difficiles m'ont servi de carburant pour continuer mon parcours. Je remercie aux Docteurs Frédéric Nimubona et Julián Sanmartín Navarro pour avoir accepté d'évaluer ma thèse. Leurs conseils et recommandations m'ont été d'une grande utilité dans l'amélioration de la rédaction de cette dernière. Mes remerciements s'adressent aux membres de mon Jury pour avoir accepté d'y faire partie en dépit de leurs multiples occupations. J'éprouve un grand plaisir de remercier tout le personnel du département de la communication audiovisuel, du Vice- Rectorat d'Investigation et du bureau des Relations Internationales, notamment Andrés Hernandez Rodriguez, Pablo Blesa Aledo, Cristina Caballero Garcia, Silvia Navarro Molas, Sergio Albaladejo Ortega, Isabel M. Garcia Gonzalez, Josefina Sánchez Martínez, Maria Dolores Loran Herrero, Mari Carmen Robles, Jorge Hernandez Bellot, Francisco Hurtado Bravo pour les conversations scientifiques, leur soutien moral et leur disponibilité inconditionnelle. Mes sentiments de reconnaissance se dirigent à tous ceux qui ont accepté de collaborer avec moi tout au long de la réalisation de cette thèse, spécialement Cyprien Ndikumana, Président de l'IPGL, Lazare Majambere, Agent de l'ARCT, Richard Giramahoro, Président du CNC, Come Bageni, Analyste et observateur des

médias au CNC, les Directeurs et journalistes de certaines radios : Élysé Niyubahwe, Onésime Harubuntu, Saxe Perry Gateka, Assumani Mnana, Josiane Inamahoro, Jean Jacques Ntamagara, Isabelle Rusuku, Jean Claude Niyongabo, Fleury Twimana, Josiane Igirubuntu, Jean Bosco Ndayiragiye, Anicet, Aline Mugisha et Gilbert Nininahazwe, avec lesquels j'ai tenu des entretiens enrichissants pour la collecte des données afin de constituer une base à la partie empirique de cette thèse.

Ma profonde et douloureuse gratitude est réservée à mes regrettés parents Gabriel Ntirwonza et Cécile Girukwishaka qui m'ont donné la vie et m'ont tracé la trajectoire pour arriver à cette étape importante de ma vie. Je remercie de tout mon cœur mes chers enfants Sara Berry Karangira, Antonio Funenge Mpawenimana, Cecilia Patricia Funenge Mpawenimana et Gabriel Jeronimo Funenge Mpawenimana, mes frères et sœurs, spécialement Jérémie Nzohabonayo ainsi que mes nièces et neveux, particulièrement, Athanasie Ndayituye, Jeannette Niyokwizera, Anitha Nduwimana, Jérémie Nzoyisenga et Benjamin Niyonizeye pour leur soutien moral, leur sacrifice et leur patience à l'égard de mon absence.

Mes sincères remerciements s'adressent à mes chers parents de Murcia, Juan Maria Vicente Gil (Alias Papa Eduardo) et Fuensanta Fernandez Molina (Alias Mama Eduardo) pour m'avoir accueilli dans leur maison comme leur propre fille. Leur chaleureuse hospitalité, leurs conseils affectueux, leur sacrifice, leur encouragement et leur compassion pendant les moments les plus difficiles m'ont fait me sentir tout près de ma famille et m'ont redonné la force de continuer. Mes respectueux remerciements s'adressent aux Abbés Gaspar Fernandez Mondejar, Cristobal Sevilla Jiménez, Alfonso Guillamon de los Reyes, Méthode Twagiramungu, Evergiste Rukebesha et Dieudonné NGO Alida pour leur soutien moral et matériel. Mes vifs remerciements vont aux familles Léopold Havyarimana, Antonio Ros Garcia et Isabel Sarabia Andugar, José Mondejar Pina et Carmen Fuster Garcia, Felipe Garcia Rodriguez et Carmen Caballero Amor, Jesus Castellon Laborda et Cristina Garcia Caballero, Venant Kajibwami, Wesley Ndayikengurukiye, Nicodème Kameya, Onésime Kibatura, Kajambo Venant, Augustin Kayobera, Etienne Ngenzemake, Ananie Nikobamye, Salvator Nsabimana, Janvier Ruzobavako, André Hakizimana, José Vicente Gil, Euduardo Vicente Fernandez, Alberto Vicente Fernandez, Arturo Andreu Andreu et Nely

Rodriguez Suarez, Marc Nduwamahoro et Pierre Ndabarushimana pour leur inégalable soutien. Je tiens à remercier tous les Focolares de Murcia, Maria Dolores Mondejar Fuster, Adela Marcos Sanchez, Angeles Hurtado, Antonia Vicente, Mari Carmen Berenguer Lafuente et sa mère, Claudine Uwasakindi, Pilar Belart Rodriguez, le personnel du centre de physiothérapie « Galbamar », particulièrement Juan José Garre Albadalejo et Encarna Hernandez Melgarejo, Amidou Nshimirimana, Silvia Ligeró A., Asunción Gil Garcia, Paquita Hellin Abellan, Conchita Febrero, Rosario Fernandez Molina, Gema Garcia Torres, ses parents et sa grand-mère, Maria del Mar Fernandez Bohajar, Karenzo Claudine, Ndayisaba (Karungura) et sa famille, Priscile Nduwimana, Odette Ndayisaba, Jean de Dieu Nahimana, Dieudonne Nsabindemye, Silas Manirambona, Jackson Nicizanye et à tous mes amis, pour m'avoir soutenu sans cesse durant tout le parcours. J'adresse mes vifs remerciements au personnel des ECOFOs Ngozi I et Saints Archanges (Ngozi), à tous mes collègues, particulièrement Dr Liboire Ngendahayo, Sœur Jeanne d'Arc Ntahombaye, Libère Ndayisenga, Innocente Kamikazi, Dieudonné Mbanzamihigo, Médiatrice Uwimana, Siméon Nyandwi, André Nyandwi, Mfura Armand et Vedaste Nishimwe.

Que toute personne ayant participé de près ou de loin pour que cette thèse soit une réalité et toute personne se réjouissant de la fin de cette dernière et de ma réussite, trouvent en elle les marques indélébiles de leur soutien infaillible et inconditionnel ainsi que le couronnement de leurs efforts.

« Les médias locaux/communautaires sont le seul moyen pour donner la parole à ceux-là qui constituent la majorité de la population » (Aznar, A., 2002)

« Nos doutes sont des traîtres, et nous privent de ce que nous pourrions souvent gagner de bon, parce que nous avons peur d'essayer » William Shakespeare

TABLE DES MATIERES

INTRODUCCIÓN	31
1. ESTADO DE LA CUESTION	32
2. JUSTIFICACIÓN	37
3. ÁMBITOS DE INVESTIGACION	38
4. HIPÓTESIS	39
5. OBJETIVOS.....	39
6. METODOLOGÍA.....	41
7. FUENTES.....	43
8. ESTRUCTURA.....	46
PARTE I.....	47
LA RADIO EN ÁFRICA	47
PARTE I. LA RADIO EN ÁFRICA	49
CAPITULO I. EL DESARROLLO DE LA RADIO EN ÁFRICA.....	49
1.1. EL MEDIO RADIOFÓNICO	50
1.1.1. Cualidades de la radio.....	50
1.1.2. Conceptos básicos de la actividad radiofónica	54
1.1.3 Organización del sector	56
1.1.4. Clasificación de los tipos de emisoras	57
1.2. AFRICANIZACIÓN DE LA RADIO.....	61
1.2.1. Orografía del terreno	61
1.2.2. Distribución de la población	64
1.2.3. Organización de la población	67
1.2.4. Nivel educativo de la población	69
1.2.5. Oralidad como medio de expresión de la población	71
1.2.6. Lenguas de la población.....	72
1.2.7. Nivel económico de los países.....	75
1.2.8. Condiciones de vida de la población	77
1.2.9. Condiciones económicas de los emisores	84
1.3. LA RADIO AL SERVICIO DE LOS AFRICANOS.....	85
1.3.1. Recurso en emergencias	85

1.3.2. Comunicación interpersonal	87
1.3.3. Comunicación comunitaria	88
1.3.4. Plataforma para la educación básica	89
1.3.5. Educación ciudadana	93
1.3.6. Vía de educación para la salud	94
1.3.7. Instrumento para desarrollo rural	96
1.3.8. Empoderamiento de la mujer	99
1.3.9. Paz y Derechos Humanos	101
1.3.10. Acceso a información independiente	104
1.3.11. Expresión de las confesiones religiosas	107
CAPITULO II. LA LIBERALIZACIÓN DE LA RADIO EN ÁFRICA.....	111
2.1. CONTEXTO POLÍTICO E INDICADORES DE LIBERTAD DE LOS PAÍSES AFRICANOS.....	111
2.1.1. De la descolonización al proceso de democratización	111
2.1.2. Indicadores de libertad política en África	115
2.2. MARCO INTERNACIONAL DE DESARROLLO DE LA RADIO EN ÁFRICA	119
2.2.1. Aportaciones de la UNESCO.....	120
2.2.2. Declaraciones de los países africanos	123
2.2.3. Propuestas de las ONGS.....	127
2.3. CATEGORÍAS DE EMISORAS EN EL CONTEXTO AFRICANO.....	129
2.3.1 Clasificación de radios según la investigación científica.....	129
2.3.2 Clasificación de emisoras por países	132
2.4 AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE LA COMUNICACIÓN EN ÁFRICA	136
2.4.1. Apoyo a la creación de los órganos reguladores	137
2.4.2. Constitución de redes de órganos reguladores	139
2.4.3. Implantación de los órganos reguladores	142
2.4.4. Competencias de las autoridades independientes	150
2.5. LIBERALIZACIÓN DE LA RADIO EN ÁFRICA.....	156
2.5.1 Regulación del proceso de liberalización de la radio en África	156
2.5.2 Articulación del pluralismo radiofónico.....	161
2.5.2.1 Los órganos de intervención y de decisión.....	161
2.5.2.2. Tipo de las licencias	163

2.5.2.3. Los trámites de obtención de una licencia.....	165
2.5.3. Configuración del sector radiofónico privado.....	166
2.5.3.1. Aspectos sobre los que se basan las cláusulas de concesión.....	167
2.5.3.2. Condiciones establecidas en las cláusulas.....	169
2.5.3.3. Ruptura del monopolio de la Radio pública en África.....	178
2.6. APROXIMACIÓN AL PAISAJE RADIOFÓNICO EN EL MARCO DEL SISTEMA MEDIÁTICO AFRICANO.....	180
2.6.1 El sistema mediático en África.....	180
2.6.2. El paisaje radiofónico africano.....	182
CAPITULO III. LOS MODELOS DE RADIO EN ÁFRICA.....	189
3.1. LA RADIO PÚBLICA EN AFRICA.....	189
3.1.1. Origen y consolidación de las emisoras públicas en África.....	190
3.1.2. Modelos y estatus de radio pública.....	193
3.1.3. La estructura interna de la Radio Pública.....	195
3.1.4 Financiación de las radios públicas.....	197
3.1.5. La descentralización de la radio pública.....	199
3.1.6. Lenguas de emisión de las radios públicas.....	203
3.1.7. Contenidos de la radio pública africana.....	204
3.2. RADIO PRIVADA COMERCIAL.....	205
3.2.1. Perfil de las iniciativas de radio comercial.....	206
3.2.1.1. Emprendedor individual local.....	207
3.2.1.2. Empresa emprendedora local.....	209
3.2.1.3. Organizaciones políticas locales.....	210
3.2.1.4. Iniciativa extranjera.....	211
3.2.1.5 Los grupos de comunicación.....	212
3.2.2. Formas de financiación.....	214
3.2.3 Ámbitos de cobertura.....	217
3.2.4. Anunciantes de la radio privada comercial.....	218
3.2.5. Programación de la radio comercial.....	220
3.2.6 Problemas de las emisoras privadas comerciales.....	223
3.4. LAS RADIOS COMUNITARIAS EN AFRICA.....	226
3.3.1 Los rasgos de las radios comunitarias.....	226
3.3.2. Regulación de la radio comunitaria en Africa.....	229
3.3.3. Sistema de otorgamiento de licencias de radio comunitaria.....	232

3.3.4. <i>Los promotores de radio comunitaria</i>	235
3.3.5. <i>Contenidos de las radios comunitarias: regulación y oferta</i>	239
3.3.6. <i>Ámbitos de cobertura</i>	242
3.3.7. <i>Financiación</i>	244
3.3.8. <i>Asociacionismo de las emisoras comunitarias</i>	251
3.3.8.1. <i>Redes de emisoras</i>	251
3.3.8.2. <i>Charte des radios associatives et communautaires de l’Afrique centrale</i>	252
3.3.9. <i>Balance de las radios comunitarias en África</i>	253
3.3.9.1. <i>Impacto positivo</i>	253
3.3.9.2. <i>Problemas del desarrollo de la radio comunitaria</i>	255
3.4.- <i>LA RADIO CONFESIONAL</i>	257
3.4.1. <i>Estatus jurídico de la radio confesional</i>	258
3.4.2.- <i>Funciones y tipos de contenidos de las radios confesionales</i>	259
3.4.3. <i>Relación de los Estados con los promotores de radio religiosa</i>	262
3.4.4. <i>Las radios católicas en África</i>	264
3.4.5. <i>Las radios de otras iglesias cristianas en África</i>	273
3.4.6. <i>Las radios musulmanas</i>	275
3.5. <i>LA RADIO INTERNACIONAL</i>	277
3.5.1. <i>Proceso de implantación de la radio internacional</i>	278
3.5.2. <i>Las radios internacionales y radiodifusión autóctona</i>	280
3.5.3. <i>Función de la radio internacional</i>	280
3.5.4. <i>Promotores de la radio internacional</i>	283
3.5.4.1. <i>Radio France Internationale</i>	286
3.5.4.2. <i>BBC</i>	288
3.5.4.3. <i>DEUTSCHE WELLE</i>	289
3.5.4.4. <i>VOA</i>	290
3.5.4.5. <i>Otras radios internacionales</i>	291
3.5.5. <i>Contenidos y audiencia de la radio internacional</i>	291
3.5.6. <i>Uso de las lenguas en la radio internacional</i>	293
3.6. <i>RADIO PARA LA PAZ</i>	295
3.6.1. <i>Instituciones promotoras de radio para la paz en África</i>	299
3.6.1.1.- <i>Organización de las Naciones Unidas</i>	299
3.6.1.2. <i>Corte Penal Internacional</i>	306

3.6.2.- Organisations non gouvernementales promotrices de radio pour la paix.....	307
3.6.2.1. Fondation Hironnelle	307
3.6.2.2.- Search For Common Ground.....	307
3.7. AGENTS PRIVADOS DEL SISTEMA RADIOFÓNICO	308
3.7.1. Instituciones internacionales.	308
3.7.1.1. Agencias donantes. Organizaciones ajenas al ámbito de la comunicación	309
A.- Organizaciones ajenas al ámbito de la comunicación.	309
1.- Organización de las naciones unidas. (ONU).....	309
2.- Organizaciones No Gubernamentales	310
3. Instituciones gubernamentales internacionales	310
4.- Fundaciones privadas	311
5.- Institutos de investigación.....	311
3.7.1.2. Organizaciones donantes vinculadas al ámbito de la comunicación	311
1. Instituciones relacionadas con la comunicación.	311
2. Organizaciones de promoción de la radio comunitaria	313
3.7.1.3. Clubs d'écoute communautaire y centros multimedia comunitarios	316
3.7.1.4. Formas de ayuda de las instituciones.....	318
3.7.3. Las empresas de medición de audiencia en Africa.....	325
3.7.4 Datos de audiencia de radio en africa.....	330
DEUXIEME PARTIE.....	332
LA RADIO AU BURUNDI	332
DEUXIEME PARTIE: LA RADIO AU BURUNDI.....	333
CHAPITRE IV. LE BURUNDI, LA RÉGULATION DE LA COMMUNICATION ET SES AGENTS.....	333
4.1. BURUNDI DANS LE CONTEXTE AFRICAIN	334
4.1.1. Aperçu historique du Burundi.....	334
4.1.2. Situation socio-économique du Burundi.....	341
4.1.2.1. L'économie du pays	342
4.1.2.2. Les conditions de vie des familles burundaises	346
4.1.2.3. L'Education	347
4.1.2.4. Langues du Burundi	348
4.1.2.5. Les religions des Burundais	349
4.1.3. Cadre organisationnel de l'administration du territoire Burundais.....	350

4.1. LIBERALISATION ET REGULATION DE LA RADIO.....	355
4.2.1. Le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Medias " MPTICM " et ses missions	357
4.2.1.1. Les missions du Ministère	357
4.2.1.2. Organisation du Ministère	359
4.2.1.3. Actions du Ministère	363
4.2.2. Le Conseil National de la Communication (CNC)	366
4.1.2.1. Evolution du CNC	366
4.2.2.2. Les missions et l'organisation du CNC.....	369
4.2.2.3. Les actions du CNC	373
4.2.3. L'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) ...	375
4.3. AGENTS PRIVÉS PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION	377
4.3.1. L'Association Burundaise des Journalistes (ABJ).....	378
4.3.2. L'Association Burundaise des Radiodiffuseurs (ABR)	379
4.3.3. L'Union Burundaise des Journalistes (UBJ).....	380
4.3.4. L'Association des Femmes Journalistes du Burundi (AFJO)	382
4.3.5. La Maison de la Presse du Burundi (MPB).....	385
4.3.6. L'organe d'autorégulation : Observatoire de la Presse Burundaise (OPB) ...	387
4.3.7. D'autres agents	390
4.3.7.1 L'Organisation des Médias de l'Afrique Centrale (OMAC)	390
4.3.7.2. Le Centre de Formation des Médias (CFM)	391
4.3.7.3. Le Centre de Ressources Audiovisuelles Numériques (CRA).....	392
4.4. ORGANISATIONS DE COOPÉRATION INTERNATIONALE AU BURUNDI.....	392
4.4.1. Organisations des Nations Unies	393
4.4.1.1. UNESCO Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la culture	393
4.4.1.2. Le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD)	393
4.4.2. L'Union Européenne (UE).....	394
4.4.3. Development Alternatives Incorporated (DAI)	394
4.4.4. Organizaciones No gubernamentales internacionales	395
4.4.4.1. ONG américaine : Planning And Development Collaborative International (PADCO).....	396
4.4.4.2. ONG belge : Kabondo.....	397

4.4.4.3 ONG Pays Bas :La Benevolencija	397
4.4.4.4. Search for Common Ground	400
4.4.4.5.Institut Panos Grands Lacs (IPGL).....	400
4.4.5 D'autres entités coopérantes	404
4.5 PLAN D'ACTION COMMUN AUX MÉDIAS	405
CHAPITRE V. STRUCTURE DE LA RADIO AU BURUNDI.....	409
5.1. L'ARTICULATION DU PLURALISME DE LA RADIO AU BURUNDI.....	409
5.1.1. Processus de concession d'autorisation	410
5.1.2. Système médiatique du Burundi.....	414
5.1.3. Catégorisation des radios au Burundi.....	415
5.2. LES RADIOS PUBLIQUES	417
5.2.1 La Radio Nationale du Burundi.....	417
5.2.2. La Radio Nderagakura FM (Radio Scolaire).....	420
5.3. RADIOS PRIVÉES : COMMERCIALES.....	421
5.3.1. Radio CCIB FM +	421
5.3.2. Radio-10 BURUNDI (actuellement Buja FM).....	424
5.3.3. Radio Iwacu Humuriza FM.....	425
5.3.4 Radio Citizen « Citizen Radio » /Royal Media LTD	426
5.3.5. HIT RADIO AFRIQUE	426
5.4. RADIO PRIVÉES : COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIVES	427
5.4.1. RPA Ngozi	428
5.4.2. Les radios de l'Association Ijwi Ryawe	428
5.4.2.1. Radio REMA FM.....	429
5.4.2.2. UMUCO FM.....	430
5.4.2.3. Radio STAR FM	431
5.4.3. La Radio Culture.....	432
5.4.4. La Radio associative indépendante Bonesha FM.....	433
5.4.5. La Radio Publique Africaine (RPA).....	434
5.4.6 La Radio Isanganiro	435
5.4.7. La Radio RENAISSANCE	437
5.4.8. Radio Fréquence Menya	439
5.4.9. Radio Ijwi ry'Umukenyenzi	441
5.4.10. Radio "COLOMBE FM"	443
5.4.11. Radio Twitezimbere.....	445

5.5. LES RADIOS PRIVÉES : CONFESSIONNELLES.....	445
5.5.1. Radios catholiques	446
5.5.1.1. Radio María Burundi.....	446
5.5.1.2. Ijwi ry' 'AMAHORO (La voix de la Paix).....	447
5.5.2. Radios chrétiennes.....	448
5.5.2.1. Radio Voix d'Espoir – Ijwi Riremesha	448
5.5.2.2. Radio AGAKIZA	449
5.5.2.3. Radio IVYZIGIRO	450
5.5.2.4. Radio « Destiny FM »	452
5.5.2.5. Radio Ntumbero FM.....	453
5.5.3. Radios musulmanes	455
5.5.3.1. Radio Voix d'Afrique.....	455
5.5.3.2. Radio SALAMA.....	455
5.6. LES RADIOS INTERNATIONALES.....	457
5.6.1. La Radio France Internationale (RFI).....	457
5.6.2. British Broadcasting Corporation (BBC).....	457
5.6.3. Radio « La Voix de l'Amérique (VOA) »	458
5.6.4. Radio Chine Internationale	459
5.6.5. La Voix de l'Allemagne (Deutsche Welle).....	460
5.7. D'AUTRES AGENTS PRIVÉS DE LA RADIO	460
5.7.1. Les agences publicitaires et la mesure des audiences	461
5.7.2. Les studios de production au Burundi	462
CHAPITRE VI. ANALYSE DU PAYSAGE DE LA RADIO AU BURUNDI	465
6.1. METHODOLOGIE D'ANALYSE DES RADIOS AU BURUNDI	465
6.2.1. Dates d'autorisation du CNC aux radios émettant au Burundi.....	468
6.2.2. Le pluralisme radiophonique	473
6.2.2.1. La gestion des radios émettant au Burundi	473
6.2.2.2. Les fondateurs des radios émettant au Burundi.....	474
6.2.2.3. Motifs de création des radios émettant au Burundi	478
6.2.2.4. Lignes éditoriales des radios émettant au Burundi	482
6.2.2.5. Financement des radios émettant au Burundi	486
6.2.3. Distribution des radios sur le territoire Burundais.	491
6.2.3.1. Siège des radios émettant au Burundi.....	491
6.2.3.2. Structure des radios émettant au Burundi	496

6.2.3.3. Fréquences d'émission des radios émettant au Burundi	499
6.2.3.4. Couverture des radios émettant au Burundi.....	505
6.2.4. Offre de contenus	509
6.2.4.1. Contenus des programmes des radios émettant au Burundi	509
6.2.4.2. Langues de diffusion des radios émettant au Burundi.....	515
6.2.5. Professionnels des radios.....	519
6.2.5.1. Profil professionnel du personnel des radios émettant au Burundi	519
6.2.5.2. Institutions et ONGs organisant les formations des professionnels des radios émettant au Burundi	524
6.2.5.3. Origines des professionnels des radios émettant au Burundi	526
6.2.5.4. Taux de participation des femmes dans la direction des radios (2015) ...	529
6.2.6. Audience des radios émettant au Burundi.....	535
6.2.6.1. Publics des radios émettant au Burundi	536
6.2.6.2. Les radios les plus préférées par le peuple Burundais	540
6.2.6.3. Les radios étrangères les plus préférées par le peuple Burundais en 2003	543
6.2.7. Présence sur Internet, forme de présence et réseaux sociaux utilisés par les radios émettant au Burundi	544
6.2.7.1. Présence et forme de présence sur Internet	544
6.2.7.2. Analyse de chaque site/page web de chaque radio	546
6.3 CONDITIONS D'ACCES DE LA POPULATION A UN RECEPTEUR DE RADIO.	552
6.3.1 Récepteurs de radio disponibles sur le marché Burundais	553
6.3.2 Appareils téléphoniques portables ayant l'option de capter la radio	555
CONCLUSIONS.....	557
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	573

LISTE DES TABLEAUX

Tabla 1: Carreteras asfaltadas en África en 2005.....	63
Tabla 2: Países de menor y mayor densidad de población de África	65
Tabla 3. Distribución de la población por zonas rural y urbana (2016).....	66
Tabla 4: Muestra de Etnias africanas	68
Tabla 5: Tasa de analfabetismo en África	70
Tabla 6: Países con una lengua oficial	73
Tabla 7: Países con más de una lengua oficial.....	73
Tabla 8: Lenguas autóctonas dominantes.....	74
Tabla 9: Sectores de la economía de los países africanos sobre el conjunto (2015)	76
Tabla 10: Renta per cápita (2014/2015)	78
Tabla 11: Acceso al agua potable de países africanos (2015).....	79
Tabla 12: Acceso a la electricidad de la población africana.....	80
Tabla 13: Acceso a equipamiento de comunicación (2008)	84
Tabla 14: Media de TNE.....	90
Tabla 15: Escolarización de la población por sexo (2006).....	91
Tabla 16: Países africanos de menor esperanza de vida	94
Tabla 17: Volumen de economía en el sector de la agricultura	97
Tabla 18: Países por nivel de libertad de prensa por países.....	105
Tabla 19: Países africanos de mayoría cristiana	108
Tabla 20: Países africanos de mayoría musulmana	109
Tabla 21: Países dotados de sistema electoral libre	115
Tabla 23: Países dotados de sistema electoral parcialmente libre	116
Tabla 24: Fecha de constitución de las autoridades independientes en África	143
Tabla 25: Países cuyos órganos reguladores son constituidos mediante la promulgación de Ley orgánica.....	145
Tabla 26: Países cuyos órganos reguladores se han constituido por Ley.....	146
Tabla 27: Procedencia de los nombramientos de los miembros de los órganos reguladores.....	149
Tabla 28: Ámbitos de actuación de los órganos reguladores.....	151
Tabla 29: Autoridad de cada órgano regulador.....	153

Tabla 30: Ejemplos de países que aprueban simultáneamente norma de liberalización y órgano regulador.....	158
Tabla 31: Ejemplos de países que aprueban en primer lugar la norma de creación del órgano regulador	159
Tabla 32: Ejemplos de países que aprueban en primer lugar la norma de liberalización.....	160
Tabla 33: “Licence Fees For Radio Stations”	177
Tabla 34: Emisoras que rompen el monopolio público.....	179
Tabla 35: Distribución de emisoras en el continente africano.....	185
Tabla 36: Proporción de financiación pública	198
Tabla 37: Descentralización de la radio pública por países.....	202
Tabla 38: Ámbitos de cobertura de radios comunitarias.....	243
Tabla 39: Distribución de radios católicas por país	266
Tabla 40: Iniciativa de la emisora católica.....	267
Tabla 41: Lenguas empleadas en las radios internacionales	295
Tabla 42: Ejemplo de Costa de Marfil.....	331
Tableau n°43 : Indicateurs de la croissance économique du Burundi et du commerce extérieur.....	345
Tableau n°44 : Distribution de la population Burundaise par langue d’Alphabétisation et zone de résidence	349
Tableau n°45 : Répartition de la population Burundaise par religion.....	350
Tableau n°46 : Organisation administrative du Burundi.....	352
Tableau n° 47: Les studios de production au Burundi.....	463
Tableau n° 48 : Dates d’autorisation du CNC aux radios émettant au Burundi ..	471
Tableau n°49 : Les gestionnaires des radios émettant au Burundi.....	473
Tableau n°50 : Les initiateurs des radios émettant au Burundi	476
Tableau n°51 : Motifs de création des radios émettant au Burundi	480
Tableau n°52 : Lignes éditoriales des radios émettant au Burundi.....	484
Tableau n°53 : Financement des radios émettant au Burundi	487
Tableau n°54 : Les pratiques publicitaires dans les radios émettant au Burundi	491
Tableau n°55 : Sièges des radios émettant au Burundi	493
Tableau n°56 : Centres de production et d’émission des radios émettant au Burundi.....	498

Tableau n°57 : Fréquences d'émission et organe d'attribution et de gestion de ces dernières	502
Tableau n°58 : Couverture des radios émettant au Burundi.....	507
Tableau n° 59: Les contenus des radios émettant au Burundi	511
Tableau n° 60: Langues utilisées par les radios émettant au Burundi	516
Tableau n°61 : Nombre et profil professionnel du personnel des radios émettant au Burundi	522
Tableau n°62 : Les organisateurs des formations en faveur du personnel des radios émettant au Burundi.....	525
Tableau n°63 : Origines du personnel des radios émettant au Burundi.....	527
Tableau n° 64: Participation des femmes dans la direction des radios émettant au Burundi.....	531
Tableau n°65 : Proportion des femmes au Parlement et au Gouvernement.....	535
Tableau n°66 : Publics cibles des radios émettant au Burundi	538
Tableau n°67 : Les radios préférées par la population Burundaise (2002, 2003, 2008,2010 et 2013	542
Tableau n° 68: Sites et Pages web des radios émettant au Burundi	548
Tableau n° 69: Radios utilisant facebook uniquement.....	550

LISTE DES GRAPHIQUES

Gráfico 1: Distribución por tipos de radios en África	188
Gráfico 2: “Commercial Regional Radio Growth”	225
Gráfico 3: Propiedad	267
Gráfico 4: Accionariado de Médiamétrie	327
Graphique n°5 : Historique de création des radios émettant au Burundi.....	472
Graphique n°6 : La part des différents intervenants dans la création des radios émettant au Burundi.....	478
Graphique n°7 : Proportion des motifs de création des radios émettant au Burundi	482
Graphique n°8 : Proportion des lignes éditoriales des radios émettant au Burundi	486
Tableau n°53 : Financement des radios émettant au Burundi	487
Graphique n°9 : Financement des radios émettant au Burundi	489
Graphique n°10 : Sièges des radios émettant au Burundi	495
Graphique n°11 : Disposition des centres de production par les radios émettant au Burundi.....	499
Graphique n° 12: Les radios émettant au Burundi sur base du nombre de fréquences de chacune.....	504
Graphique n° 13: Part de l’ONATEL et de l’ARCT dans l’attribution des fréquences aux radios émettant au Burundi	505
Graphique n° 14: Couverture des radios émettant au Burundi.....	509
Graphique n°15 : Les thèmes les plus traités dans les radios émettant au Burundi	515
Graphique n°16 : Combinaison des langues dans les radios émettant au Burundi	518
Graphique n°17 : Place de chaque langue dans les radios émettant au Burundi.	519
Graphique n° 18: Classification des radios émettant au Burundi sur base du nombre d’employés	524
Graphique n°19 : Origines des employés des radios émettant au Burundi	529
Graphique n°20 : Taux de participation de la femme dans la direction des radios au Burundi	533
Graphique n° 21: Audience des radios émettant au Burundi	539

Graphique n°22 : Publics cibles des radios par catégories.....	540
Graphique n° 23: Classement des radios selon la préférence de la population Burundaise (2002, 2003, 2008,2010 et 2013).....	543
Graphique n°24 : Le taux d'écoute des radios étrangères en 2003	544
Graphique n°25 : Présence sur Internet.....	545
Graphique n°26 : Forme de présence sur Internet.....	546
Graphique n° 27: Options d'écoute offertes par les radios sur leurs sites ou pages web.	551
Graphique n°28 : Taux d'utilisation des réseaux sociaux par les radios émettant au Burundi.....	551

LISTE DES SCHÉMAS

Schéma n°1 : Carte administrative du Burundi	354
Schéma n°2 : Organigramme du Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Medias.....	360
Schéma n°3 : Organigramme du CNC	371
Schéma n°4 : Carte d'implantation des radios sur le territoire Burundais.....	496

SYMBOLES, SIGLES ET ABRÉVIATIONS

% :	Pourcentage
ABJ :	Association Burundaise des Journalistes
ABR :	Association Burundaise des Radiodiffuseurs
ACHPR:	Commission Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples
ACRIMED:	Action Critique Médias
ARCT :	Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications
B M :	Banque Mondiale
BAfD:	Banque Africaine de Développement
BIRD :	Banque Internationale pour la Reconstruction et le Développement
BOCRA:	Botswana Communication Regulatory Authority
CAMECO :	Catholic Media Council.
CEA :	Communauté Est Africaine
CERA :	Centre de Ressources Audiovisuelles
CIRDI :	Centre Internationale pour le Règlement des différends relatifs aux investissements (a)
CNC :	Conseil National de la Communication
COMESA :	Common Market for Eastern and Southern Africa/ Marché Commun de l'Afrique orientale et australe
CSLP II :	Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté, deuxième génération
CVR :	Commission Vérité et Réconciliation
Dfid:	Department for International Development
DG :	Directeur Général
Dnd :	Donnée non disponible
EGMC :	Etats Généraux des Medias et de la Communication
IDA :	Association Internationale de Développement

IDH :	Indice de Développement Humain
IFC :	Société financière internationale
MCJ :	Master Complémentaire en Journalisme
MIGA :	Agence Multilatérale de Garantie des Investissements (a)
MONUC:	Misión de las Naciones Unidas en la República Democrática del Congo
MPTICM :	Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias
NTIC :	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
O.A.G. :	Observatoire de l'Action Gouvernementale
OCDE :	Organisation pour la Coopération et le Développement Economique
OGL:	Ondes des Grands Lacs
OPB :	Observatoire de la Presse Burundaise
OPM :	Organisations Professionnelles des Médias
PNC :	Politique Nationale de Communication
PNUD :	Programme des Nations Unies pour le Développement
RIARC:	Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication
RIU :	Radio Ijwi Ry'umukenyenzi
ROI :	Règlement d'Ordre Intérieur
RSF :	Reporters Sans Frontières
SSA :	Système Social d'Action
UNFPA :	Organisation des Nations Unies pour la Population

INTRODUCCIÓN

En los primeros años de la década de los años 20 del siglo XX la radio desembarca en Africa. Viene de las metrópolis. Son los colonos británicos, franceses y portugueses quienes la introducen en el continente. Es un medio vedado inicialmente a los africanos, que asiste a los grandes eventos. Está presente en la proclamación de la independencia de los países africanos, en la constitución de los primeros gobiernos nacionales, en la apertura a la democracia, pero también en los conflictos y crisis políticas, así como en las guerras y enfrentamientos armados. Verrier asocia la evolución de la radio a todos esos acontecimientos,

Il est vrai que l'histoire de la radio est très étroitement liée à l'histoire du développement des Etats africains: elle fut tout à la fois instrument de propagande, vecteur des idéologies nationalistes, instrument de mobilisation politique et outil de diffusion du culte de la personnalité, en bref un instrument pour atteindre "la masse" (Verrier, 2000, p.31)

Las cualidades de la radio han logrado una muy elevada penetración de la radio en la población. Más del 80% de los adultos africanos dispone de un receptor y dedica un tiempo entre una hora y tres horas a la escucha de este medio (Myers, 2010). La radio es, sin duda, el medio privilegiado en África, cumpliéndose ampliamente las apreciaciones de la UNESCO en 1980, en cuyo informe, se mantiene que ningún otro medio de comunicación tiene la facultad de alcanzar tanto volumen de población, de forma tan eficaz, con el fin de informar, enseñar y difundir cultura y entretenimiento. La radio tiene asimismo una extraordinaria capacidad para adaptarse a las condiciones de los territorios, y a las de su población, una cualidad que manifiesta en su implantación en el continente africano. Uno de los países en los que se evidencia sus bondades es en Burundi, un Estado de pequeñas dimensiones situado en la zona de los Grandes Lagos, cuyo contexto político, económico y cultural presenta relevantes deficiencias.

La escasez de estudios sobre la comunicación en África es una situación sobre la que advierten autores como José Carlos Sendín, que considera que en una virtual intervención sobre los medios en África "... nos encontramos con serios problemas, pues una de las principales limitaciones es la ausencia de investigaciones y estudios rigurosos que permitan trazar un diagnóstico fehaciente del sector de los medios en África" (Sendín, 2009, p.58). De modo que

el marco de la investigación sobre medios en África es reducido. Al hacer foco, concretamente sobre la radio, se estrecha la producción científica. A pesar de la elevada presencia del medio radiofónico, éste sólo ha recibido una reducida atención entre los investigadores de la comunicación en África. En el conjunto de la precaria producción científica, la prensa, por el contrario, ha suscitado un mayor interés entre los estudiosos (Damome, 2006). Sylvie Capitant llama la atención sobre esta cuestión “On a observé jusqu’à présent dans les recherches portant sur les médias africains un fort accent mis sur la presse écrite au détriment des médias audiovisuels, pourtant largement plus accessibles ». (Capitant, 2008, p.198)

1. ESTADO DE LA CUESTIÓN

A pesar de que la radio en África no es un objeto de estudio que haya atraído especialmente a la comunidad científica, ni autóctona, ni occidental, la producción que se deriva de este tema es suficiente como punto de partida. Los autores Etienne Damome y Sylvie Capitant, realizan en sendos artículos, una ordenación de las principales aportaciones científicas en torno a la radio en África. Las agrupan en diferentes etapas, distinguiendo en cada una de ellas las principales orientaciones teóricas. Al conjugar las aportaciones de ambos, que difieren ligeramente, en esta introducción se propone una sistematización de las corrientes de estudio que han dado lugar a las aportaciones científicas que versan sobre la radio en el continente africano.

Desde los primeros gestos de implantación del medio hasta la década de los 60, coincidiendo con la etapa colonial, se registra algún trabajo de investigación, pero en general son escasos. En esta fase destaca la aportación de Arno G. Hut en 1937, que incluye África en su estudio de enfoque técnico “La radiodiffusion: puissance mondiale”. También se tiene noticia de la existencia de otro estudio sobre el desarrollo de la radio, publicado durante la Segunda guerra mundial, y que también aborda el medio radiofónico africano, pero del que no se dispone de datos.

En los 60 se abre una nueva etapa, marcada por la independencia de los países africanos de las metrópolis. Algunos organismos encargan estudios, informes sobre la radiodifusión africana, como es el caso de la Agencia de información estadounidense (USIA), pero también es un momento en el que se

empiezan a abrir las escuelas de periodismo en el mundo occidental, lo que permite que se despierte tímidamente el interés por el estudio de la radio en el África negra. El trabajo de mayor repercusión, en esta etapa, es "La Radio en Afrique", de Francis Bebey (1963). En este periodo se detecta una cierta influencia de la obra de W. Schramm, "Mass Media and National Development: the role of information in the developping countries" (1964) en los trabajos que se dan a conocer. Según S. Capitant, en estos estudios, "les médias africains vont apparaître comme des outils de modernisation et comme des multiplicateurs de développement". Se vincula, por lo tanto, la radio al desarrollo económico de los pueblos.

En la década siguiente, se suma otra perspectiva más, que reorienta buena parte de la producción científica de ese periodo. Se impone el pensamiento crítico, la reivindicación de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Los medios aparecen como "outils de domination culturelle pour les pays du Nord". La publicación "Un solo mundo, voces múltiples" (1980), el popular informe M. Bride, encargado por la Unesco, es la obra de referencia de esa etapa. Aunque la mayor parte de las investigaciones se refieren a los medios en general, y en ellos se critica el posicionamiento dominante de los países occidentales, hay algunos trabajos sobre el uso de la radio en materia de educación, salud, y agricultura.

Más adelante, el interés se amplía a cuestiones como la economía de los medios de información, políticas, audiencias, recepción y usos, así como historia. En este último ámbito la publicación de André Jean Tudesq, "La radio en Afrique noire" (1984), supone un importante punto de inflexión en la producción científica en torno a la radio en África. Con esta monografía, el autor inaugura sus valiosas aportaciones en el ámbito concreto de la radio. En esta fase se diversifica el interés sobre este medio. La radio internacional recibida en África da pie a estudios como los de A. Pouya (1988), o B. Tchikaya (1984). Asimismo, el monopolio de la radio pública sugiere la publicación de trabajos como el de Tjadè (1986), Lafrance J-P y Minaudo, V.S. (1984).

Pero sin duda, es a partir de la década de los 90 cuando se amplía el número y volumen de estudios. La liberalización de la política en la mayoría de

los países africanos así como de la radio, abre líneas de investigación relacionadas con: la regulación de la radio; el pluralismo radiofónico; la radio y la democracia; el lugar que ocupan las radios públicas en el nuevo paisaje. En esta etapa se estudia principalmente la radio en tanto que instrumento de democratización. Así se registran diversos trabajos centrados en la función que cumple la radio como dinamizadora del proceso de liberalización de la política en países y regiones concretas, con trabajos como los de Raymond K. D. (1993), Sendín, J.C (2009), Verrier (2000). De otro lado, se inicia una preocupación por el proceso de regulación de la radio como consecuencia de la liberalización de la radio. Este interés da lugar a publicaciones como la del Institut Panos (1997, 2006), Samb, M. (2009), De la Brosse, R. (2008). En cuanto al pluralismo, es un tema central en esta etapa con trabajos como los del Institut Panos (1993), Frère, M.-S. (2001), Tudesq, A.J. (2002). El nuevo papel de los medios públicos es objeto de estudio para algunos autores como Tozzo, E.A. (2005).

La diversidad de formas de radios, fruto de la liberalización radiofónica en la década de los 90 ha orientado diferentes publicaciones de interés sobre modelos de emisoras. Entre otras se registran las de Damome, E. (2014), AMARC (2008), Dieng, P. (2013), BBC World Service Trust (2006), Berqué, P. (2001), Vittin, T. (2002), Bodjoko (2010), Osunkunle (2008).

Las crisis políticas y los conflictos armados a lo largo de las dos últimas décadas han originado una nueva tendencia de investigación en torno a la radio en Africa. Se trata de la radio de la paz. Este medio es explorado como instrumento de conciliación y reconstrucción. Thiaw, M.L (2010), V. Bratic and Schirch, L. (2007), Frere, M.-S. (2007), Ross, H. (2009), Kimani, M. (2007), Essoungou, A.M. (2010).

Otra mención importante como antecedente de este trabajo es el proyecto de Investigación "Convergence and development in Africa", dirigido por el Profesor Allan Thompson de la Carleton University's School of Journalism and communication y en el que colabora Mary Myers. El objeto de estudio es la Radio. Y el objetivo es demostrar que este medio en el ámbito local, apoyado por la telefonía móvil e internet, gana en su capacidad de constituirse en motor de desarrollo en África. En este estudio, iniciado en 2009 se han implicado 30

investigadores que se han detenido en diferentes casos de estudio. En Zimbabwe, Uganda, Ghana, Nigeria, Sierra Leona, Libera, Ethipía, y Guinea, entre otros. Este trabajo ha dado lugar a numerosas publicaciones, artículos, capítulos de libros, así como conferencias. (Thompson, A., 2013, p.1-13)

En lo que se refiere a Burundi, los investigadores no se han interesado en la radio. Solo M. Soleil Frère y Eva Palmans han trabajado de forma tangencial sobre ella. Por lo que existe una gran laguna en el estudio de la realidad radiofónica burundesa.

Antecedentes de investigación en España

El interés de la comunidad científica española por la radio en África es bastante limitado hasta la fecha. Se registra, sin embargo, una iniciativa muy prometedora, la Cátedra Unesco de Investigación en Comunicación y África. Se crea en 2012, promovida por la Universidad Rey Juan Carlos, y dirigida por Carmen Caffarel Serra. Este órgano presenta su actividad como un medio para “fomentar la investigación en estudios de comunicación, así como la mejora del proceso de desarrollo de África a través de la promoción de la comunicación, la libertad de expresión y, los procesos de participación ciudadana”. Entre los escasos trabajos que han trascendido, uno de ellos es el número 04 de los Cuadernos Artesanos de Comunicación, de la Sociedad Latina de Comunicación social, dedicado a África en 2015, bajo el título “Africa: Comunicación en Derechos humanos, tan cerca, tan lejos”. Esta investigación, coordinada por Antonio García y Rainer Rubira, se edita con la colaboración de la Sociedad Latina de Comunicación Social. Si bien se abordan los procesos comunicativos en África en relación con los Derechos Humanos, ningún artículo afronta, sin embargo, la radio como objeto de estudio. Otra de las aportaciones de la Cátedra es la publicación de dos números monográficos de la *Index.comunicación*. El primero es el Vol 3, nº2 (2013), coordinado por Carmen Caffarel y José Carlos Sendín, titulado “New (?) African communication environment. Una contribución al estudio sobre la comunicación y África”. Esta publicación focaliza su atención en la comunicación a través de Internet y su relación con las libertades. En cuanto al número monográfico siguiente Vol 4, nº2 (2014), se centra en la comunicación escrita y oral africana, y tampoco aborda el medio radiofónico.

Quizá las aportaciones más destacadas de esta Cátedra respecto al objeto de estudio de esta tesis, son las realizadas por el profesor José Carlos Sendín, coordinador de la Cátedra AFricom hasta 2016. Además de sus artículos en la extinta, *Nova África* en 2009, y *Revista pueblo* en 2014, uno de los trabajos más interesantes referido a la radio es la Lección del Portal del Incom, UAB, publicada en 2013 bajo el título “Comunicación y sociedades africanas. Una perspectiva introductoria” en la que se presta atención a la radio como medio privilegiado en África.

El resto de organizaciones cuyas investigaciones versan sobre África, no tienen la comunicación como perspectiva de abordaje del tema, pero quizá sólo se debe a la ausencia de propuestas. RIDA es la Red de investigación y docencia de África, y está integrada por tres entidades¹. Su objetivo es promover no sólo la investigación y cooperación entre científicos sino también la divulgación de la realidad económica, política y cultural africana. En una situación muy similar se encuentran otras dos entidades catalanas, el Centre d’Estudis Africans i Interculturals y el Instituto Catalunya África².

¹ El primer equipo que participa en la red es el Grupo de Estudios Africanos (GEA), un grupo de investigación de la Universidad autónoma de Madrid. Tiene un carácter interdisciplinar que comprende diferentes ámbitos de estudio sobre África como la economía política de los recursos naturales, conflictos y construcción de la paz, migraciones subsaharianas, cooperación internacional al desarrollo, Integración regional y desarrollo rural. Aunque no dispone de una línea de investigación propia sobre comunicación, también abarca este área. El segundo es el Grup d’Estudi de les societats africanes (GESA), un grupo consolidado de investigadores, adscrito a la Universidad de Barcelona, aunque alberga a académicos de diferentes instituciones. Desarrolla trabajos sobre el terreno, en diversas materias, pero especialmente centrados en la evolución política y los efectos de la globalización en el continente. Y el tercero es Africaines, el grupo Africaines: investigación y estudios aplicados al Desarrollo de la Universidad de Granada. Está adscrito al área de Antropología Social y los trabajos realizados en el seno del equipo están relacionados con la cultura, la economía, política, género, educación, entre otros ámbitos de exploración, pero no disponen de una línea de investigación en torno a la comunicación, y aún menos, en la parcela de la radio.

² Hay otros dos órganos interesados en África, como objeto de estudio. Uno de ellos es el Centre d’Estudis Africans i Interculturals, una asociación dedicada al estudio y a la divulgación de contenidos relacionados con la imagen de África desde una perspectiva histórica, sociológica y antropológica esencialmente. Pero tampoco aborda la

En lo que se refiere a las publicaciones científicas relacionadas con África, cabe destacar *Studia Africana*, revista interuniversitaria de estudios africanos³. Se trata de una publicación fundada por el Centre d'Estudis Africans de Barcelona, editada por los grupos de investigación universitarios de la red RIDA. Toma el relevo a otra publicación, *Nova Africa*⁴, que dejó de publicarse en 2013. Si bien constituye una fuente de documentación interesante para construir el contexto de África desde una perspectiva histórica, económica y social, no hay en ella ninguna producción científica que centre su atención en los medios de comunicación en el continente.

2. JUSTIFICACIÓN

La pertinencia de la tesis doctoral que se presenta se sostiene sobre tres cuestiones.

Las dos primeras tienen su origen en la reflexión de Etienne Damome sobre la investigación de la radio en África.

Para este autor

Il existe peu d'études d'ensemble, la plupart de celles existantes se circonscrivant préférentiellement à un pays ou à une région.[..]. On a certes beaucoup de différences d'un pays à l'autre mais sur le plan des médias, les similitudes sont plus grandes que les particularités (Damome, 2006, p. 89).

De modo que la primera cuestión, responde al hecho de que la comunidad científica no ha desarrollado hasta la fecha ningún trabajo de conjunto de la radio en África. No existe ningún estudio sobre la estructura de la radio en general, un estudio que pondría en evidencia las similitudes en el desarrollo de la radio de los

comunicación como objeto de estudio de forma específica. El otro es el Instituto Catalunya África, una asociación integrada desde diferentes esferas, empresarial, cultural y académico, que tiene entre otros objetivos promover investigaciones sobre la historia y la realidad africanas, así como estudios específicos a través de la colaboración de universidades catalanas, españolas, europeas y africanas.

³ <http://www.studiaafricana.info/index.php/studia>

⁴ <http://www.novafrica.net>

diferentes países africanos. No se ha construido, por lo tanto, ningún marco de referencia de la radio africana, que esté por encima de las diferencias entre países, más o menos profundas y que sirva para situar los diferentes sistemas radiofónicos.

La segunda cuestión procede del llamamiento que Etienne Damome hace a la comunidad científica al estimar que

La radio est un sujet très mouvant. Cela est vrai en Occident avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication engendrant de nouvelles pratiques. Mais cela est vrai aussi pour l'Afrique pour ces mêmes raisons et pour d'autres encore liées à l'évolution constante des sociétés africaines. Les mutations rapides subies par la radio ces dernières décennies par suite de changements politiques et de la globalisation de la communication méritent d'être évaluées avant que les repères se brouillent. Cela demande une mobilisation des chercheurs africains qui devront s'organiser dans un contexte d'absence totale de financement de la recherche s'ils veulent que le travail soit efficace. (Damome, 2006, p. 92)

De modo que, el ritmo en el que se suceden los acontecimientos de todo género - políticos, tecnológicos, por efecto de la globalización- y que afecta a la radio convirtiéndola en un objeto de estudio en continuo movimiento, dinámico y cambiante, hace necesario detenerse y fijar la situación de la radio para evitar perder la información sobre esta etapa de su constante evolución.

La tercera cuestión que justifica este trabajo es la ausencia de investigación en torno a la radio en Burundi.

3. ÁMBITOS DE INVESTIGACION

De modo que, siguiendo el modelo de planteamiento de estudio formulado por el Profesor Francisco Iglesias en su obra "Concentración y pluralismo en la radio española" (2005), los ámbitos de investigación de esta tesis vienen marcados por tres coordenadas, la del propio objeto, la geográfica y la temporal.

En cuanto al objeto de estudio, habida cuenta de la ausencia de estudios que abarquen la estructura completa de la radio, se propone por lo tanto un acercamiento a la radio en el que se contemplan los principales elementos propios de este medio como industria y sistema, y que intervienen en su configuración: agentes y actores públicos y privados involucrados en el desarrollo de la radio, elementos de carácter histórico, social, económico, educativo, tecnológico y cultural, que constituyen el contexto en el que se desarrolla el medio y que explican en buena medida el porqué de su fisonomía.

En lo que respecta al ámbito geográfico, se trabaja a dos niveles, de un lado sobre la totalidad del continente africano, (54 países), pero luego se hace foco en uno de esos países, Burundi en el que se realiza un estudio en profundidad mediante un trabajo sobre el terreno. La coordenada temporal de la investigación se acota a un periodo determinado, mitad de la segunda década del siglo XXI.

Se trata, por lo tanto, de un estudio sobre un objeto de estudio contemporáneo, la radio en el continente africano en general y en Burundi en particular.

4. HIPÓTESIS

Este trabajo se propone ratificar las hipótesis de partida siguientes:

Primera Hipótesis: La radio se ha adoptado a las condiciones geográficas, políticas, económicas, educativas y culturales de las diferentes sociedades africanas, dando respuesta a las necesidades de su población. Este es el motivo de su éxito de penetración generalizado en todo el continente.

Segunda Hipótesis: La coincidencia en el tiempo de los grandes eventos históricos y políticos acaecidos en la mayoría de los países africanos ha propiciado un desarrollo de la radio muy similar en los diferentes estados, a pesar, de su diferencia. Esta semejanza permite, en un estudio de conjunto y desde una perspectiva global, trazar la estructura de la radio en África.

Tercera Hipótesis: En el contexto de la radio en África, este medio en Burundi presenta ciertas semejanzas con otros países africanos, aunque se distingue

también por ciertos rasgos y singularidades que se deben a determinadas deficiencias derivadas del contexto político, socioeconómico y cultural del país.

5. OBJETIVOS

Los objetivos se organizan en dos bloques. El primero establece el marco de la radio en África y el segundo es un estudio en profundidad del caso de Burundi.

Primera parte:

El objetivo global: Determinar la estructura de la radio en Africa.

Objetivos secundarios:

1. Registrar las bondades de la radio que le permiten adaptarse a Africa
2. Detectar cuál es el valor de la radio para las sociedades africanas.
3. Investigar y examinar las condiciones impuestas por África a la radio.
4. Estudiar los efectos de la liberalización de la radio en Africa.
5. Trazar los aspectos comunes de la regulación del sector.
6. Enumerar y describir los agentes que participan en el desarrollo de la radio.
7. Identificar el tipo de sistema mediático más extendido en Africa, en el que se desarrolla la radio.
8. Reconocer los modelos de emisoras de radio desarrolladas y determinar cuáles son sus rasgos propios.
9. Describir el paisaje radiofónico general de África y trazar su estructura.

Objetivos marcados en el estudio de la radio en Burundi.

Segunda Parte:

Segundarios:

1. Aplicar los objetivos planteados para el estudio de la radio en Africa, al territorio de Burundi.
2. Descubrir los elementos comunes y las singularidades del caso de Burundi respecto al contexto africano
3. Describir el contexto en el que se desarrolla la radio en Burundi
4. Establecer la estructura de la radio en Burundi
5. Identificar los agentes públicos de la radio en Burundi, y analizar la regulación
6. Enumerar y analizar los modelos de emisoras desarrollados
7. Establecer un mapa de distribución de la radio en Burundi
8. Localizar y describir el perfil de las iniciativas de radio
9. Determinar la existencia de las líneas editoriales,
10. Identificar el nivel de acceso de la población a la radio
11. Conocer el perfil de la audiencia, su satisfacción y preferencias
12. Medir la dimensión del sector publicitario y su papel

6. METODOLOGÍA

Dado el planteamiento de la investigación, se propone realizar un análisis empírico de la estructura de la radio como fenómeno comunicativo y cultural en el ámbito continental africano, para luego profundizar en el burundés. Este acercamiento se ejecuta desde diferentes dimensiones, económica, política, tecnológica, educativa, social, cultural, etc... Entre los métodos de investigación de las ciencias sociales, se ha optado por el estudio de caso, por tratarse del más apropiado en el abordaje del objeto de análisis, ya que consiste en “una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. (...) Yin (1994, pág. 13)⁵.

⁵ Yin, Robert K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

En esta tesis doctoral son dos casos los que se someten a análisis, de un lado la radio en África, y de otro la de Burundi. En el primero se sigue un método inductivo. Se parte de la situación particular de los países africanos, para ofrecer un marco general de la radio en África. En cuanto a la temporalidad, el estudio tiene un carácter sincrónico en la medida en la que se acota la investigación a un momento determinado, el bienio 2015/2016. Sin embargo, se recurre a elementos de carácter diacrónico con el fin de completar el estudio y alcanzar respuestas para interpretar el presente.

En la elaboración de la investigación se ha efectuado una revisión bibliográfica, limitada por la escasez de producción científica en la materia sometida a estudio. Asimismo se ha realizado, de un lado, una búsqueda y análisis documental de textos legislativos, informes, y documentos oficiales de diferentes países (cláusulas de concursos públicos, protocolos, normativas), y de otro, se han explorado numerosos portales y páginas web oficiales de organismos, instituciones, centros de estudios y empresas relacionadas con el objeto de estudio.

En la parte de la tesis referida a Burundi, se ha procedido, de un lado a identificar todas las radios del país. Una vez que han sido todas registradas, se ha recogido la información de cada una de ellas sobre la base de una ficha de análisis diseñada por la doctoranda, que contiene 18 ítems. La obtención de los datos se ha realizado por diferentes vías, la entrevista personal a responsables y profesionales de las emisoras, entrega de un cuestionario para ser cumplimentado por los directivos, así como la búsqueda de información por fuentes alternativas, cuando no ha sido posible recabar la información desde la propia radio.

Se presenta un análisis cualitativo, de forma individual de cada una de las emisoras, en el capítulo 5, mientras que en el capítulo siguiente se procede a ofrecer los datos cuantitativos por ítems del conjunto de radios. Los resultados de este análisis se refieren al universo completo de emisoras ya que se estudian todas ellas.

7. FUENTES

Las fuentes a las que se ha recurrido en este trabajo, consultadas y citadas son de diversa naturaleza. En primer lugar se ha acudido a las referencias académicas encontradas en forma de monografías, y artículos científicos. En la aproximación conceptual al medio radiofónico, se recurre a diferentes autores, la mayoría de ellos españoles. Cebrián, H. (2001), Merayo, A. (2000), Bonet, B.M. (2005), Chaparro, M. (1998), Faus, B. (1991), Iglesias, F. (2005), Ortiz, M. y Volpini, F. (1995), Fernández A. (1997).

Al adentrarnos en el ámbito de la radio en África, se ha constatado que son escasas las publicaciones monográficas que la abordan de forma general. Buena parte del material consultado corresponde a artículos científicos publicados en revistas científicas. Con la excepción de un autor español, José Carlos Sendín, la procedencia de los autores de la bibliografía manejada es principalmente Francia, Bélgica, Inglaterra, Estados Unidos y Canadá. Algunos investigadores, aunque son poco numerosos, desarrollan su actividad principalmente desde Senegal, Mali, Sudáfrica, Kenia o Nigeria. De manera que la mayoría de textos consultados están publicados en francés e inglés y en muchos casos ha sido necesario recurrir a los préstamos interbibliotecarios, compra de material a editoriales extranjeras - Karthala y Harmatan tienen una línea de publicaciones sobre África-, así como a instituciones como el Institut Panos.

Entre los autores que han permitido el acercamiento teórico a través de sus aportaciones, la principal referencia es la del profesor André Jean Tudesq, una autoridad académica vinculada a la Universidad de Burdeos. Dispone de una amplia producción sobre los medios en Africa, pero lo que le distingue es su interés por la radio. Es uno de los pocos autores que han publicado monografías en este ámbito (Tudesq, A.J., 1984, 1998, 1999, 2002, 2009). El resto de autores que se citan a continuación, también han sido de gran ayuda en la exploración de la radio en Africa: Damome, E. (2006, 2008, 2014), Myers, M. (2004, 2008, 2009, 2010, 2012, 2014), Capitant, S. (2008, 2011), Frère, M.S. (2001), Berqué, (P. 2001), Mytton, G. (2000), Yetna, J.P. (1999), Bodjoko J.P. (2010).

En cuanto al estudio sobre Burundi, dentro de la limitación general de producción científica, la bibliografía referida a los medios en general es algo más

amplia. En la mayoría de los casos, el estudio se realiza desde la perspectiva de la relación de los medios con la política, el conflicto y la paz. La radio solo es objeto de atención de tres artículos. Se le ha incluido como medio en otros trabajos, pero no se ha focalizado la atención sobre ella en ninguna investigación de envergadura. De los escasos autores que prestan atención a la comunicación en Burundi, las dos investigadoras de mayor presencia son M. S Frère y Eva Palmans. La primera es investigadora de la Universidad Libre de Bruselas. Trabaja principalmente los medios de comunicación de Burundi desde la perspectiva de la formación de los profesionales de la información, y de su papel jugado en la crisis (M.Soleil. Frère, 2006, 2010, 2014,2016). Uno de sus artículos, referido a la radio en la zona de los Grandes Lagos, incluye el estudio de Burundi, "Les jeunes radios privées au Burundi, en RDC et au Ruanda". Eva Palmans, es otra experta académica de la comunicación en Burundi. Su tesis doctoral versa sobre la prensa en Burundi y la zona de los Grandes Lagos y su relación con los procesos electorales, centrandó su estudio en el tratamiento de la información. Uno de sus trabajos es un artículo aborda la radio en el conjunto de los medios audiovisuales del país "Les médias audiovisuels au Burundi." (2004). El resto de su producción científica no está centrada en el objeto de estudio de esta tesis, que constituye un material de gran valor para centrar esta investigación (Palmas, E, 2003, 2005, 2008). Al margen de las alusiones a la radio en Burundi, citadas, sólo cabe mencionar dos artículos más, uno de ellos es el de Voulgre, E. y Netto, S., que aborda este medio desde la perspectiva de su contribución a la educación "La radio scolaire: quelles formations pour les maîtres au Burundi et en France?" (2016). El otro es el de Ndayizeye "Les radios catholiques face aux déficits financiers: cas de la Radio María de Burundi" (2013). Las demás las aportaciones se refieren al paisaje mediático en Burundi y a los medios en general en la región de los Grandes Lagos, y en su uso para el logro de la reconciliación principalmente Ndikumana, C. (2015), Sunzu, D. (2009), Seremba S., H. (2010), Ntahe, G. (2014), Manirakiza, J.C. (1997), Ntiyanogeye, A. (2008) .

En general, si bien no es abundante la bibliografía académica en materia de radio en Africa y más concretamente en Burundi, sí resultan relevantes las aportaciones de Instituciones como: Institut Panos en sus diferentes delegaciones regionales, - l'Ouest, l'Este, Sud et Grands Lacs-, la Unesco, Open Society, BBC World Service Trust, u Organizaciones sin ánimo de lucro como Fondation

Hirondelle, AMARC, Reporteros sin fronteras, entre otros⁶. Asimismo son de gran relevancia los datos disponibles en otras instituciones como Afrobarómetro o el Banco Mundial, que han contribuido a ofrecer información para contextualizar el desarrollo de la radio en África en general, y en Burundi, en particular.

Por otra parte, dado que se aborda el marco jurídico en la organización de la radio, se ha realizado un gran esfuerzo en recopilar y analizar la legislación y otros textos reguladores, que han supuesto una fuente de gran interés. Pero, al margen de las fuentes bibliográficas, legales, documentales, se ha abordado por correo electrónico a responsables de instituciones y empresas para solicitar información y datos e incluso plantearles un cuestionario. Si bien no ha sido posible obtener respuesta de todos ellos, quienes han atendido la solicitud han aportado unos contenidos de gran valor para el desarrollo de este trabajo. (Radio France Internationale, Radio del Vaticano,...).

Sin lugar a dudas, el trabajo de campo, realizado sobre el terreno, en Burundi, es el que aporta mayor valor a esta investigación. Las entrevistas han proporcionado una información muy valiosa en la elaboración del estudio. Aunque ha sido difícil conseguir acceder a ellas, y no siempre han mostrado una buena predisposición a ofrecer datos, estas personas han aportado luz en la interpretación del funcionamiento de la industria de la radio en Burundi. Especialmente interesantes han sido los encuentros con el personal del Conseil National de la Communication de Burundi, l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT), además de los directivos y empleados de las emisoras sometidas a estudio.

⁶CNC Burundi; Maison de la Presse Burundi; CFM; IPP; IPGL; UNESCO; USAID ;AMARC; OMAC; Open Society Foundations; ABR; A.F.JO.; O.P.B.; ISTEEBU; ARCT; Gouvernement du Burundi; Agence Pygma; Agencia Cosse de Nigeria; Agence Ecofin (Côte d'Ivoire); Ligue Burundaise des Droits de l'homme "ITEKA"; FMI; Banque Mondiale; BAfD; OCDE; PNUD; CEA; World Economic Outlook Database; World Population Data Sheet; Informe anual de Reporteros sin fronteras; Informe anual "L'Afrique des Grands Lacs"; Informe " Les cahiers du Journalisme"; Informe "Razón y fe" BBC World Service Trust; Médiamétrie Communiqué de Presse (Côte d'Ivoire);

8. ESTRUCTURA

La tesis está organizada en dos partes diferenciadas. La primera está integrada por tres capítulos. En el primero se realiza un recorrido por las cualidades de la radio y las condiciones en las que Africa está haciendo uso de este medio. En el segundo, se estudia el proceso de liberalización y la forma en la que se ha articulado el pluralismo radiofónico en los países africanos. Y por último en el tercer capítulo se describen todas las categorías y modelos de radio desarrollados en los diferentes Estados. Asimismo se identifican todos los agentes privados que intervienen en el sector de la radio.

La primera parte constituye el marco del estudio que se lleva a cabo en la segunda parte en el que se profundiza sobre el caso de Burundi. En este segundo bloque, integrado por tres capítulos, se establece el contexto socioeconómico y político de Burundi. Asimismo, en el cuarto capítulo, se desglosan y analizan los diferentes órganos mediante los que se desarrollan y aplican las políticas de comunicación. Se enumeran los actores privados que participan en el sector. En el quinto capítulo se revisa los mecanismos sobre los que se sostiene el pluralismo radiofónico en Burundi. Se presenta la totalidad de las emisoras en un acercamiento cualitativo, y en el sexto capítulo se ejecuta un estudio de carácter cuantitativo sobre los diferentes aspectos de la radio en el conjunto de las radios burundesas en activo a principios de 2015.

PARTE I.

LA RADIO EN ÁFRICA

PARTE I. LA RADIO EN ÁFRICA

La primera parte de esta tesis gira en torno a la radio en África y está integrada por tres capítulos. En el primer capítulo se examina el medio radiofónico en África en sus principales dimensiones, con el propósito de conocer cuáles son sus cualidades y los virtuales usos que convierten la radio en la forma privilegiada de comunicación en el continente. En el segundo, se estudia el proceso de liberalización, la forma en la que se ha articulado el pluralismo radiofónico en los países africanos, establecimiento de las políticas de comunicación, el diseño de las autoridades independientes de la comunicación, y el paisaje general de la radio. En el tercero se describen todas las categorías y modelos de radio desarrollados en los diferentes Estados. Y asimismo, se identifican todos los agentes privados que intervienen en el sector radiofónico.

CAPITULO I. EL DESARROLLO DE LA RADIO EN ÁFRICA

La aceptación de la comunicación como herramienta de gran valor, aunque con luces y sombras, constituye el punto de partida de la exploración de la radio en África que se inicia con este capítulo en el que se tienen en cuenta los términos en los que la Unesco entiende la comunicación, "... puede ser un instrumento de poder, un arma revolucionaria, un producto comercial, o un medio de educación; puede servir para la liberación o la opresión, para el crecimiento de la personalidad individual o la uniformación de los seres humanos. "(Unesco, 1980, p.207).

En este primer capítulo se estudian las razones que explican la fuerte implantación de la radio en Africa.

1.1. EL MEDIO RADIOFÓNICO

La radio en tanto que medio de comunicación presenta una serie de características y rasgos que la hacen flexible, con gran capacidad para adaptarse a diferentes sociedades. Asimismo, las potencialidades que encierra la radio son explotadas de distinta manera en función de las culturas y formas de vida a la adoptan.

1.1.1. Cualidades de la radio

La radio es un medio oral por excelencia. Dado que se transmite a través del lenguaje hablado, y que tiene como principio la claridad en la expresión, es una forma de comunicación asequible para personas de diferentes niveles educativo y cultural. Por otra parte, lo que a priori podría considerarse una limitación por el hecho de ser unisensorial - sólo interviene el oído en su recepción-, es realmente lo que le aporta una fuerza extraordinaria, su poder de sugestión, que es empleado de diferentes maneras.

Por un lado, la radio es capaz de reconstruir y recrear la realidad a través de voces y ruidos. En este sentido es un altavoz de noticias, con capacidad para transmitir las con gran rapidez, respecto al resto de medios. Uno de los principales rasgos de la radio en el escenario informativo es su inmediatez. Este medio permite la transmisión de eventos o sucesos de forma simultánea a su desarrollo, de manera que el oyente recibe la información en el momento preciso de su producción. Es especialmente eficaz en situación "en vivo". La instantaneidad, propia de la radio, aunque también de la televisión, otorga una credibilidad y poder al medio ante su audiencia, que le hacen especial. En este sentido, el medio radiofónico está, por lo tanto, dotado de una gran facultad "para recrear y transmitir una sensación de veracidad, para ser testimonio de los hechos". En este sentido esta cualidad, "... hace del soporte radiofónico el instrumento idóneo para la información: origina en la audiencia una imagen de la radio como actual, e informada, pegada a lo cotidiano". (Ortiz, Volpini, 1995, p.)

La capacidad de sugestión de la radio propicia también, como destaca Armand Balsebre, que la radio sea el medio ideal para expresar lo fantástico e imaginario" (Balsebre, ...,p). En definitiva tiene el don de ser, como apostilla

Romá Gubern, “productor de sueños para espectadores perfectamente despiertos”. Ahondando en esta cualidad, Merayo define la radio como “medio caliente ...vinculado a lo emotivo; la radio provoca en la capacidad de la imaginación del destinatario, en su recreación, mayores estímulos que la televisión.... .” Por otra parte, el autor alude a Mc Luhan “ (que) ha dicho a menudo, (que) la radio es un medio visual mientras que la televisión es táctil. La radio es más eficaz para crear imágenes que la televisión o el cine.” (Merayo, 1992 p, 27).

En lo que se refiere a las funciones de la radio en términos de relaciones entre las personas y los pueblos, esta responde a las atribuidas por Romano a la comunicación en general, que describe como “... un proceso y el resultado de la relación, mediada por el intercambio de informaciones, conocimientos y sentimientos, entre individuos, sus grupos y organizaciones sociales, instituciones. Por un lado se trata de proceso de comprensión entre individuos y grupos sociales, proceso que se desenvuelve con el objetivo de facilitar la actividad social y transformadora del ser humano. A través de esta actividad contribuye a la creación, estabilización y modificación de las relaciones y condiciones sociales. El objetivo final es la comprensión de los seres humanos para la cooperación en el conocimiento, empleo y/o modificación de la naturaleza, a fin de garantizar su existencia y su desarrollo físico y espiritual” (Romano, 2003). En esta línea M. Chaparro considera que la radio facilita un proceso comunicativo, fruto del intercambio humano no sólo de información o de conocimientos, también de sentimientos (Chaparro, 1998, p.17). Por su parte, A. Merayo destaca de ese proceso el hecho de que “ (es) lo más parecido a la comunicación directa cara a cara, - más propiamente boca a oído-, o al menos, la menos indirecta de entre todas las que se establecen en el conjunto de los medios colectivos”(Merayo,2000,pp 8-9).

Ya en 1980 en la obra, *Un solo mundo, voces múltiples*, la Unesco desglosaba una serie de funciones atribuidas en general a los medios de comunicación, y a la radio, en particular en tanto que instrumento potenciador del desarrollo de los pueblos y medio con mayores posibilidades de despliegue en los países en desarrollo.

Para los investigadores coordinador por Sean Mc Bride, los medios de información pueden contribuir a crear, en todos los círculos, respeto hacia los seres humanos como individuos, a pesar de las múltiples diferencias que revelan. Asimismo pueden promover el diálogo ininterrumpido entre las comunidades, las culturas y los individuos, tratando de impulsar la igualdad de oportunidades y los intercambios recíprocos. La radio es generadora de opinión pública. Una de sus funciones es “recopilar, almacenar, procesar y difundir noticias, hechos y opiniones que se requieren para llegar a un entendimiento de las situaciones individuales, comunitarias, nacionales e internacionales a fin de tomar en consecuencia decisiones apropiadas”. Este medio presenta condiciones asimismo para despertar conciencias y “...alentar el interés del público por los problemas locales, nacionales e internacionales”. (1980, p.36). Cumple además una importante misión como plataforma de socialización, propiciando a través de los contenidos, de un lado, la integración de los individuos, grupos y naciones, y por otro, promoviendo “la cohesión y la conciencia sociales, de modo que los individuos puedan mezclarse activamente en la vida pública”.

Por otro lado, se otorga a la radio la condición de canal de alfabetización, en la medida en la que es capaz de transmitir conocimientos a fin de promover el desarrollo intelectual, la formación del carácter y la adquisición de habilidades durante la vida”. Pero además está asimismo dotada de potencialidades para la diseminación y consolidación de la identidad cultural y apoyo a la creación artística autóctona. La Unesco también atribuye al medio capacidad como motor de los pueblos para “...promover las metas de la sociedad a corto y largo plazos, así como las aspiraciones individuales; estimular las actividades individuales y colectivas para las metas comunes”. (Bride, 1980, p.36).

La radio es un medio universal, y lo es tanto desde el punto de vista de la producción y como desde el de la recepción. Respecto a la producción, esta se caracteriza por su bajo coste. Frente a la televisión o la prensa, la radio es el medio que menos desembolso de equipamiento técnico requiere. Pero además, no exige tampoco tanto despliegue de profesionales como los demás. E incluso, por su sencillez, da cabida a colaboradores, amateurs carentes de cualificación en periodismo o animación. Como sostiene Mc Leish, se presta a un uso no-profesional, lo que permite a la radio el ponerse a disposición de minorías y

pequeños colectivos. (Mc Leish, 1986). Es un medio que se adapta a las posibilidades económicas de sus promotores ya que

la producción es de coste sumamente flexible. Puede ir desde los bajísimos costos de las radios comunitarias y de intercomunicación social, de participación ciudadana, hasta los elevados costos de las radios fuertemente competitivas con coberturas de grandes acontecimientos nacionales e internacionales, suscritos a las grandes agencias y con diversidad de corresponsales internacionales. ... (Cebrián, 2001, p.31).

La radio es universal en la recepción. Basta un aparato portátil y económico, para acceder a este medio. (Mc Leish, 1986). No se requieren conexiones, ni equipos de alto coste. “Los receptores de pilas son asequibles a todos los públicos. Su punto fuerte sigue estando en el acompañamiento del hombre itinerante...” (Cebrián, 2001, p.31) Es asequible a los niveles de ingresos más precarios. En este sentido, tiene, por lo tanto, una gran capacidad de adaptación, pero no sólo por razón económica o de educación, sino también porque puede vencer dificultades geográficas, amoldándose a territorios de compleja orografía. En cuanto a su alcance, presenta una gran versatilidad. Puede actuar como un medio de masas, alcanzando una gran cobertura técnica, o como un medio de proximidad, limitado a una localidad o un espacio de pequeñas dimensiones.

A pesar de su unidireccionalidad, se presta a la participación de la población receptora, adoptando una apariencia de bidireccionalidad. Es un medio cercano que se presenta de fácil acceso para el oyente. Y el motivo puede deberse a otra de sus virtudes, su cercanía psicológica, que “viene facilitada por la aparente relación personal que se establece en la comunicación radiofónica”. (Merayo, 2000, p 62) Esta oportunidad de intervención propicia la apropiación del medio por parte de la audiencia, incluso de la analfabeta. En este sentido, este rasgo la hace asequible a los segmentos de población de bajo o nulo nivel de alfabetización tanto en calidad de receptores como de emisores.

Además de su papel como medio de información y entretenimiento y formación, del que está dotado, no cabe duda de que otro de los rasgos que le otorgan una relevancia extraordinaria frente a los demás es el hecho de que “la radio es el medio de comunicación y expresión plural (público, colectivo o de

masas) más importante en situaciones de emergencia. En caso de catástrofes, como terremotos, inundaciones, en situaciones tan dispares como una guerra o un apagón generalizado de una ciudad, la radio sirve para informar de la situación, mantener la alerta y difundir normas e instrucciones necesarias para la población.” (Muñoz y Gil, 1994, p.13) En este sentido también cabe señalar que “La radio es el principal vector de información y comunicación en los países en crisis o en vías de desarrollo. Es el único medio accesible a todas y a todos, y en cualquier lugar “(RFI).

Por todas estas cualidades, Mariano Cebrián atribuye a la radio “... un lugar privilegiado para mantenerse de manera competitiva y de servicio a la sociedad. Sigue siendo el medio más implantado de las sociedades desarrolladas y subdesarrolladas, el de mayor penetración mundial” (Cebrián, 2001, p.31).

1.1.2. Conceptos básicos de la actividad radiofónica

Existe alguna confusión en el uso de ciertos conceptos que conviene aclarar. Se entiende por emisora “la unidad técnica de emisión que utiliza una frecuencia y potencia determinadas, con independencia del programa que transmita, de la banda en la que actúe, de la titularidad que ostente e, incluso, de si dispone o no de estudios propios” (Faus, 1995, 139). Por otra parte, con el empleo del término “cadena” radiofónica se hace referencia a un conjunto de emisoras, generalmente locales, que emite simultáneamente una programación común. Estas emisoras, dotadas de un centro de producción propio, tienen la posibilidad de desconectarse de la señal del estudio principal para emitir programas locales en su ámbito de cobertura. En cuanto al concepto de “repetidor”, éste corresponde al de una unidad técnica cuya función es la de replicar una señal sin tener, en principio, posibilidad de introducir contenidos diferenciados ya que no tienen asociado centro de producción alguno.

El programa, en términos de difusión analógica, es definido por Mariano Cebrián como “... un conjunto de contenidos sometidos a una unidad de tratamiento, estructura y tiempo para ser difundidos por televisión o radio” (Cebrián, 2001, p.31). Por su parte, los autores José Javier Muñoz y César Gil proponen otra definición, la de “el conjunto de contenidos que con un título y

tiempo determinados son difundidos por radio, integrándose con su estilo propio en la programación radiofónica". (Muñoz y Gil, 1994, p.68) Explican también que como sinónimos se utilizan expresiones como "espacio radiofónico, emisión y tiempo radiofónico". Por su parte, Arturo Merayo (2000) hace otra propuesta en la que incorpora todos los criterios definatorios del término programa. Lo entiende como " Un tiempo cuyos límites han sido previamente determinados y habitualmente sometidos a una cierta periodicidad durante el que se difunden bajo un mismo título mensajes que, en sí mismos y en su presentación formal, mantienen una unidad de criterio y se adaptan a las peculiaridades del canal radiofónico" (Merayo, 2000, p.228).

Los programas, a su vez, integran la programación, que Faus Belau explica como "la previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio" (citado por Merayo, 2000, p.230). López Vigil lo hace como "Lo que sale al aire, lo que se produce en la radio, es lo que comúnmente conocemos como programación radiofónica" (López, 1997, p.466), y Figueroa como "... el escaparate que constituye el contenido general e imagen que sale al aire y que determina el ser de la radio" (Figueroa, 1997, p.386)⁷. En cuanto a los modelos de programación, García Dávila y Meza (1999) distinguen cuatro en función de los tipos de programas, formatos, públicos y contenidos: el de programación total, segmentada, especializada y la radiofórmula⁸.

⁷ Los autores García Dávila y Meza Tovar (García y Meza, 1999)[#] hacen una revisión de los conceptos de programación de varios autores entre los que destaca la definición de

⁸ "1. Programación total: primordialmente en amplitud modulada. a. Mosaico: capítulos de 30 minutos; b. Bloques: Unidad de tiempo ampliado a dos y 4 horas...; c. programación continua... 2. Programación segmentada: Selección de públicos. Encontramos radios juveniles, radios femeninas, radios infantiles... ; 3. Programación especializada: a. sólo música..., b. sólo noticias, c. sólo palabras, d. radios especializadas en contenidos religiosos, deportivos; 4. Radio fórmula: Radios de formato. Determinan no sólo el público, el género y los contenidos. ..." en García Dávila, D.M y Meza Tovar, JG (Agosto, 1999) De radio en radio: el escenario radiofónico, en Revista Latina de Comunicación social, nº20 <http://www.ull.es/publicaciones/latina>.

1.1.3 Organización del sector

La radio es un medio que ocupa parte del espectro radioeléctrico, definido desde un punto de vista técnico como “...un recurso natural limitado, compuesto por el conjunto de ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio sin necesidad de guía artificial, y que se utiliza para la prestación de servicios de telecomunicaciones, televisión y radiodifusión sonora,....” (García, 2009, p.284) Dada la condición de bien de dominio público escaso, corresponde al Estado tanto la planificación del espacio radioeléctrico como su gestión y distribución, competencias estas que se articulan mediante un sistema concesional. De esta manera se otorga al Estado un rol esencial en la configuración del sector convirtiéndose en “... el diseñador, que determina cómo tiene que ser el panorama radiodifusor, su estructura.” (Bonet, 2005, p.63). Es el gran arquitecto del que dependen las decisiones que van a dar forma al sector radiofónico y condicionarlo tanto en su fisonomía como la evolución del sistema de radio. Corresponde a cada Estado articular su propio sistema de concesión de licencias o autorizaciones.

En este escenario en el que un emisor ocupa parte del espectro radioeléctrico, Manuel Chaparro (1998) considera que la obtención de una concesión administrativa otorga al promotor una posición privilegiada “lejos de una condición a la que pueden acceder la mayoría de los ciudadanos.” (Chaparro, 1998, p.19). La responsabilidad de la distribución del espacio público recae en la Administración quien debe procurar evitar situaciones de concentración, entendida como

...la acumulación de poder económico y técnico en una persona física o jurídica, como consecuencia de transmisiones de patrimonio o de alianzas y acuerdos comerciales, que le otorga posiciones de dominio o de ventaja en la difusión de emisiones que inciden en la captación de mayor audiencia y de publicidad y que puede alterar la libre concurrencia en el mercado de la radio. (Iglesias, 2005, p.47)

Cuando la entidad emisora es beneficiaria de una concesión administrativa

se otorga a su titular una frecuencia, un emplazamiento en una localidad, la

altura del emplazamiento del centro emisor y de la antena, una potencia y otros parámetros técnicos relacionados con las características de la radiación o direccionalidad de la emisión. (Amoedo, A, 1999, p.22)

Todos estos rasgos técnicos determinan el ámbito de cobertura de la emisora. Esa frecuencia asignada sirve no sólo para identificar la emisora sino también para ubicarla a lo largo del dial.

1.1.4. Clasificación de los tipos de emisoras

Establecer taxonomías es siempre muy difícil cuando se trata de un sector tan dinámico como el de la radio, un medio con tantas virtuales maneras de configurarse y en el que intervienen innumerables factores en su diseño. Se puede enumerar alguno de ellos como: el momento de aparición del medio, el nivel de intervención del Estado, el grado de democratización de la sociedad, los apoyos y ayudas internas y externas a la industria, el nivel económico del país en el que se encuentra, las cotas de alfabetización de la población, los gustos de la audiencia, el acceso a los medios, el nivel de desarrollo profesional, entre otros.

Dado que es muy complejo establecer todos los criterios que pueden generar distintos tipos de emisoras (ya que la casuística es muy amplia), a continuación se exponen, aunque de manera reduccionista, tres criterios que pueden servir de referencia para abordar más adelante la clasificación, con más detalle, de las radios en África.

- **Titularidad**

En el entorno europeo, y más concretamente en España, uno de los criterios que puede ayudar a catalogar emisoras de radio es su titularidad. De manera general se distinguen dos tipos de radios en función de su titularidad: las públicas y privadas. Las primeras son aquellas que se definen por el hecho de que el Estado o cualquier otra administración pública asume, se hace cargo, del servicio público de radio, en principio, en régimen de gestión directa, aunque podría tener cabida la gestión externalizada. Su financiación suele proceder de los presupuestos generales a los que se suman los ingresos por actividad comercial (publicidad, producción y comercialización de productos).

En cuanto a las radios de titularidad privada se diversifican básicamente en dos modalidades, la comercial y la comunitaria. En lo que se refiere a las emisoras privadas comerciales, están promovidas por sociedades anónimas, limitadas o incluso cooperativas, que con ánimo de lucro - objetivo negocio -, y bajo un régimen de concesión administrativa, ejercen la gestión indirecta del servicio público de radio. De manera que hay una persona física o jurídica que tiene el control efectivo del canal. Y de ella depende la dirección editorial, que incluye la selección de los programas y contenidos y su organización en forma de parrilla de programación.

La titularidad de la emisora puede estar ejercida por una asociación. Se está ante la segunda modalidad de emisora privada gestionada por una entidad con la consideración legal de organización sin ánimo de lucro, cuya misión es prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios. En legislación española se entiende que este tipo de entidades tiene como objetivo “atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo” (Art.32, LGCA). Este tipo de emisora también está sujeta a la obtención de una licencia previa.

- **Según el ámbito de cobertura:**

Hay dos criterios que intervienen en el establecimiento de los ámbitos de cobertura de las emisoras de radio. Uno de ellos tiene que ver con la división administrativa o geográfica de un país o una región, y el otro con factores de carácter técnico. De manera que es difícil establecer de forma general ámbitos de cobertura ya que cada país tiene su propio sistema de división del territorio. Sin embargo, en lo que se refiere al componente técnico, hay que señalar que hay elementos que se presentan como un factor que puede dar lugar a determinadas tipologías de radio según ámbito de cobertura. Como apunta Arturo Merayo (2000, p.69) “cada emisora de radio está sujeta a factores técnicos que delimitan tanto su potencia para cubrir determinado territorio, como las condiciones en las que el sonido es recibido por los receptores”. La longitud de onda permite

distinguir entre emisoras de ondas ultracortas, cortas, medias y largas, y, por otra parte, según el tratamiento de la onda hertziana se está ante una emisora de modulación de amplitud (AM) o de modulación de frecuencia (FM). (Merayo, 2000, p.69). Esta última cuestión resulta un aspecto importante en la medida en la que, como sostiene Mariano Cebrián (2000: 225), “La OM tiene una mayor cobertura territorial y su alcance se sitúa en torno a comarcas, provincias y espacios más amplios, mientras que la FM se reduce a lo más próximo como son las localidades, aunque depende de la potencia de emisión que cada emisora tenga asignada, así como de la ganancia de antena y de la capacidad de conexión mediante una red técnica para organizarse en cadena” (Cebrián, 2000, p.225).

Los ámbitos de cobertura en radio pueden, con independencia de la intervención de la red Internet, ser de ámbito infralocal, local, supralocal, infra regional, regional, supra regional, infranacional, nacional, internacional.

- **Según los contenidos:**

Según los contenidos se pueden diferenciar esencialmente dos tipos de emisoras de radio, las generalistas, de las temáticas. Las generalistas son aquellas cuyos programas, estructurados en una parrilla de programación, son variados respecto al contenido, y además se presentan bajo diferentes formatos.

En lo que se refiere a la otra modalidad de emisora, la tematización se plantea en tres grandes planos: por los contenidos, por territorios y por públicos a los que se dirige. Respecto al primero, los contenidos, Mariano Cebrián (2007, p.72) alude a los canales de radiofórmula. Se trata de programas presentados bajo el formato de microespacios, que pueden versar sobre música o información. Otra de las modalidades de canales temáticos viene dada por la atención que se presta a un determinado ámbito. Los proyectos radiofónicos pueden emerger en torno a áreas como la economía, el deporte, la cultura, el medio ambiente, la salud, la religión o incluso la universidad, entre otros.

Pero el territorio también es un elemento configurador de este modelo de emisora. Para el profesor Cebrián,

lo local, como especialización, se circunscribe a todo cuanto ocurre en un entorno delimitado por la geografía física. La delimitación territorial condiciona de entrada los objetivos de la programación general y los criterios de selección informativa en particular. En este caso la radio local se queda en nivel temático generalista. (Cebrián, 2007, p.90)

La especialización, por lo tanto viene dada por todos los aspectos que identifican ese territorio, tradiciones, historia, cultura, economía, lengua, En este aspecto coincide otra investigadora, Montse Bonet, quien considera que

Decir que una radio es local es tan frecuente y, a la vez, tan ambiguo, como decir que es europea. Por ello no es de extrañar el éxito del vocablo proximidad puesto que es más nuevo, no contiene reminiscencias de otros tiempos y genera imágenes

mentales más acordes con la nueva realidad comunicativa: la del localismo por la vía de los contenidos, por la que apostamos. (Bonet, 2004, pp. 37-43)

1.2. AFRICANIZACIÓN DE LA RADIO

El medio radiofónico se ha adaptado de forma extraordinaria a las condiciones del continente africano. Reúne cualidades que le han permitido acomodarse a un escenario complejo por múltiples factores desfavorables como la orografía del territorio, la distribución de la población, su organización, nivel educativo, las lenguas y dialectos, las circunstancias de vida de los africanos y su economía, entre otras. Según Linje Manyogo el poder de la radio en Africa se debe a que "... the medium is pervasive, local, extensive, flexible, available, readily understood, personal, portable, speedy, and efficient." (Manyogo, 2009, p.1).

Para el historiador, Andrés Jean Tudesq, uno de los mayores conocedores de la radio en Africa, no hay duda de que

La radio s'est intégrée dans la société et dans la vie africaine. Elle n'est pas seulement le média le plus utilisé, c'est aussi le mieux africanisé:.... , les sociétés africaines ont intériorisé la radio, l'ont assimilée à la culture traditionnelle dans de nombreux cas,.....la radio accompagne les évolutions des sociétés africaines tant politiques que sociales, économiques ou culturelles. Par les radios, les africains écoutent le monde, mais c'est par elles, aussi, que parle l'Afrique. (Tudesq, 2002, pp.285-288)

1.2.1. Orografía del terreno

África es el tercer continente de mayor superficie de la tierra. Se extiende de Norte a Sur a lo largo de 8.050km, y de este a oeste, de 7.560 km. Está rodeado por los océanos Atlántico e Índico y los mares Mediterráneo y Rojo. Es una meseta atravesada por varias cuencas, como las del Nilo, el Congo, el Níger el Zambezi o el Orange. Está salpicada de lagos como el Victoria, Alberto, Chad y Tanganika. Es un continente de grandes contrastes, en el que se alternan zonas de persistentes precipitaciones con otras en las que se sufren largas sequías. El paisaje de África asimismo está dotado tanto de zonas de frondosa vegetación en las que albergan numerosas especies de árboles y animales, como de zonas

desérticas como la del Sahara. (NGS, 2004, p.6). Es un continente que atesora importantes recursos minerales y otros elementos.

Se trata, por lo tanto, de un continente cuya orografía, y la naturaleza que se alberga en ella, lo convierten en un territorio en el que trasladarse por tierra de un punto a otro puede resultar complejo. Esta dificultad, la expresa de forma gráfica Ryszard Kapuscinski (...) que comenta,

c'est pourquoi en Afrique, on ne dit pas: "C'est à combien de kilomètres?" mais plutôt : "il faut combien de temps" ". Existe un importante déficit en infraestructuras. Una de las razones es que la dotación de estos servicios y su mantenimiento cuestan el doble en África que en cualquier otro continente. La red ferroviaria en África es escasa. Consta de 54.000 kms de vías, lo que supone algo menos de un 5% del total de la red mundial. (Gómez-Jordana, 2014, pp1-19)

Pero además, la infraestructura existente no tiene las condiciones adecuadas. Muchos tramos se construyeron como grandes corredores ferroviarios en la etapa colonial. De modo que algunos tienen más de 100 años y no están acondicionados para acoger trenes modernos. Según los expertos, las vías tendrían que ser rehabilitadas.

En cuanto a la red de carreteras, es usada en más del 80% de los desplazamientos en África. Sus principales ejes son los corredores comerciales que conectan los puertos con las zonas económicas del interior. Estas vías son las que se encuentran en mejores condiciones. El resto está integrado por vías interurbanas de difícil tránsito, caminos de tierra, sometidos a las inclemencias del tiempo. Según datos del Banco Mundial, de media, un 24, 5% de las vías se encuentran asfaltadas, sin embargo por regiones africanas, se observa que en África Central apenas se supera el 4% y en Africa del Este no llega al 10%. Si bien en Africa Central afecta a algo menos de 30 millones de habitantes, en el caso de Africa del Este esta situación afecta a más de 233 millones. En cuanto a la población rural, sólo un tercio de ella vive en un radio de 2 kilómetros de una carretera practicable en cualquier estación del año (Gómez-Jordana, 2015, p.5).

Tabla 1: Carreteras asfaltadas en África en 2005

	Superficie en km2	Population (en millions)	Routes bitumées (En %)
Afrique centrale	3.021.180	29.654	4.1%
Afrique de l'Est	6.755.902	233.870	9.5
Afrique du Nord	9.301.385	165.070	64.1
Afrique australe	6.005.240	108.770	20.7
Afrique de l'ouest	5.112.060	223.240	22.6
Total Afrique	30.195.767	760.600	24.5

Fuente: Indicateurs de développement pour le secteur des transports dans le monde 2005, Banque mondiale. (En ONU Commission économique pour l'Afrique. (1^{er} août 2007). Situations des transports en Afrique.).

En este contexto la radio es, sin duda, el medio que mejor se adapta al territorio físico. Es capaz de moldearse a él frente a la prensa, cuya primera barrera de acceso es la distancia entre el editor - el lugar de edición y publicación- y el lector, que implica necesariamente el desplazamiento y transporte de los ejemplares por carreteras mal acondicionadas o caminos sinuosos (Tudesq, 1998). La radio se difunde por el aire venciendo la mayoría de estos obstáculos. Como sostiene Silvie Capitant "L'accessibilité territoriale indique des possibilités matérielles d'accéder à un média...". Si la distribución de los periódicos no es posible por algo tan básico como la escasez de vehículos adaptados al terreno y la ausencia de una red de carreteras adecuada para la circulación, ni la liberalización de este medio (producida hace décadas), ni el pluralismo que se deriva de ella, son reales ya que el medio no llega por razones físicas a la población. En el caso de la radio sí se baraja la posibilidad de alcanzar una liberalización completa en la medida en la que este medio "... offre une répartition incomparable." (Capitant, 2008, p. 203).

1.2.2. Distribución de la población

En 2015 la población estimada de África es 1.171 millones de habitantes. Los países de mayor volumen de personas son Nigeria (181.8 millones), Etiopía (98.1), Egipto (89.1) y República Democrática del Congo (73.3). La mayoría de países tiene una población por debajo de los 15 millones. La tendencia apunta hacia un crecimiento de población en los próximos años debido a un alto nivel de fertilidad de varios países. Níger está a la cabeza, seguida de Sudán y República del Congo. Los 12 países de mayor proyección en población se encuentran en una horquilla de 7.6 a 5.9 hijos por mujer. Se prevé que el número de habitantes de África para los próximos años se eleve a 1.704 millones para 2030 y alcance los 2.528 para 2050. (Population Reference Bureau 2015).

Un informe de la ONU respecto a la situación demográfica del mundo estima que para mitad del siglo XXI efectivamente, más del 80% del aumento mundial de la población tendrá lugar en África⁹. En lo que respecta a la edad media de su población, se puede afirmar que se trata de un continente joven, ya que la población entre 15 y 24 años sigue en aumento. En 2050 se apunta a que el 30% de jóvenes y adolescentes en el mundo proceden de África. (ONU, 2014).

Esta población se encuentra muy dispersa en el territorio. Su densidad en el continente se sitúa en 33 habitantes por km², aunque hay previsión de que esta cifra se eleve hasta 73 h/Km² para 2050. Hay 17 países que están por debajo de esta media. Esa dispersión de la población en África es elevada en general pero lo es especialmente en algunos países como Namibia, Botswana, Libia, Gabón....

En el otro extremo de densidad de población se encuentran algunos Estados que llegan a acumular desde 119 hasta incluso 621 habitantes por km², como es el caso de Mauricio.

⁹ La mortalidad infantil se está conteniendo en los últimos años. Ha descendido de 168 muertes por cada 1.000 niños nacidos a 101 en 2014. En cuanto a la población adulta, la probabilidad de muerte entre los 15 y 60 años en África es de 296 por cada 1.000 personas.

Tabla 2: Países de menor y mayor densidad de población de África

Países africanos con menor densidad de población		Países africanos con mayor densidad de población	
País	Hab/Km2	País	Hab/Km2
Namibia	3	Ghana	119
Botswana	4	Togo	128
Libia	4	C. Verd	132
Mauritania	4	Malawi	142
Gabon	7	Uganda	153
Rep. centroafricana	8	Gambia	195
CChad	11	S. Tome	198
Rep. del Congo	14	Nigeria	205
Mali	15	Seychel	215
Argelia	17	Burundi	364
Niger	17	Comoras	433
Somalia	20	Ruanda	459
Angola	21	Mauricio	621

Fuente: Elaboración propia a partir de portal de datos de Saber es práctico (consultado el 29 de junio de 2017).

Por otra parte, respecto a la distribución de la población entre los núcleos urbanos y las zonas rurales, se aprecia un elevado número de países en los que la proporción de habitantes que reside fuera de las ciudades es muy elevada. Se observa que el 42% de los países africanos (23) tienen entre el 50 y 70% de su población en el campo y otro 22,2% supera esa proporción. De manera que, más del 70% de su población se encuentra en zona rural.

Por el contrario, países como Gabón, Libia, Djibouti, Argelia, Túnez o Sudáfrica son de los pocos Estados que presentan una mayor concentración de población en los espacios urbanos.

Tabla 3. Distribución de la población por zonas rural y urbana (2016)

PAÍS	Poblac. urb/rural	PAÍS	Poblac. urb/rural	PAÍS	Poblac. urb/rural
Argelia	71/29	Gabón	87/13	Níger	19/81
Angola	45/55	Gambia	60/40	Nigeria	49/51
Benin	44/56	Ghana	55/45	Ruanda	30/70
Botswana	58/42	Guinea	38/62	S.Tomé	56/34
Burkina F	31/69	Guinea B.	50/50	Senegal	44/56
Burundi	12/88	Guinea Ec	40/60	Seychelles	54/46
Camerún	55/45	Kenia	26/74	Sierra l	40/60
C. Verde	66/34	Lesotho	28/72	Somalia	40/60
R. Centro	40/60	Liberia	50/50	Sudáfrica	65/35
Chad	23/77	Libia	79/21	Sudán sur	19/81
Comoros	28/72	Madagas	36/64	Sudán	34/66
Congo	66/34	Malawi	16/84	Swaziland	21/79
C. Marfil	55/45	Malí	41/59	Tanzania	32/68
RDCongo	43/57	Mauritani a	60/40	Togo	40/60
Djibouti	77/23	Mauricio	40/60	Túnez	67/33
Egipto	43/57	Marruec	61/39	Uganda	16/84
Eritrea		Mozamb	33/67	Zambia	41/59
Ethiopia	20/80	Namibia	48/52	Zimbabue	32/68

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Banco Mundial.

A la vista de los datos de la población en África, tanto en términos de volumen, como de nivel de dispersión, o presencia en la zona rural, es fácil entender que la radio sea el medio que mejor se ha ajustado a las circunstancias de los habitantes del continente. Es capaz de acercarse a la población más alejada de las capitales. Puede extenderse de forma amplia por el territorio alcanzando en onda corta y onda media a gran parte, o incluso a toda la población de un Estado. Pero además, en la banda de Frecuencia modulada puede también desarrollarse desde núcleos de población acotados y difundirse en territorios de pequeñas dimensiones distanciados de las grandes ciudades.

1.2.3. Organización de la población

Más allá de los límites y fronteras entre países, la población africana está organizada en etnias y tribus. Las primeras se definen como “... un ensemble linguistique, culturel et territorial aux dimensions plus importante que la tribu”, mientras que esta se concibe como “ ... un sous ensemble de l’ethnie ou encore l’ethnie est l’entité la plus vaste regroupant les différentes tribus.” (Abdel, 2014, p.12)

En cualquier caso, tanto etnia como tribu remiten a una comunidad humana con afinidades raciales, lingüísticas (dialectos propios) y culturales. Sus miembros comparten además, como comunidad tanto costumbres, creencias, religión, como formas de subsistencia. En África se registran decenas de etnias. Cada una de ellas encierra unas singularidades que la diferencian del resto, incluso por los rasgos físicos de sus miembros. Estas pueden alcanzar el territorio de varios países. Dada la dificultad en enumerarlas, a continuación se ofrece, a modo de ilustración, una muestra de comunidades africanas dotadas de rasgos propios en función de su ubicación, religión y costumbres y forma de vida.

Tabla 4: Muestra de Etnias africanas

	Lugar	Religión/ costumbres	Forma de vida
Himba	Norte de Namibia	Monoteista Dios Mukuru	Seminómad as, criadores de ganado
Masái	Tanzania		Nómadas pastores.
Zulú	Sudáfrica, Zimbabue, Zambia, Mozambique	Polígamos.	Agricultores y ganaderos
Bosquima nos	Botswana, Namibia, Sudáfrica, Angola		recolección de frutos
Dinka	Sudán	Dios Nhialac ---- etnia que se divide en 21 tribus	ganaderos, agricultores y pescadores
Tuareg	Argelia, Libia, Niger, Mali, Marruecos, Burkina Faso	Islam	

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos

<http://ikuska.com/Africa/Etnologia/Pueblos/index.htm> [visitado el 30 de junio 2017]

Así pues, los africanos viven en comunidad, entendida como aquella en la que se comparten intereses, aficiones, problemas, pero también en la que se estrechan vínculos de solidaridad, lazos entre personas. En un escenario como este, la radio se convierte en un vínculo más. Así lo interpreta Manuel Chaparro que le atribuye el ser

.... una causa común, un elemento más de identificación del individuo con su entorno, con sus semejantes. Es la misma relación que se establece entre miembros de un mismo gremio, agrupación, asociación o hermandad, por tanto, con iguales intereses. Estos ingredientes constituyen la base de la fórmula buscada por las emisoras que tratan de dirigirse a un segmento de la audiencia con gustos afines, a quienes tratan de identificar y aglutinar. (Chaparro, 1998, p. 17)

En este sentido, J.P Bodjoko apunta a que

la radio est le média le plus adapté pour l'Afrique. Cela s'explique par le fait qu'elle est un média de proximité, c'est à dire que la radio reste plus proche de la réalité quotidienne de la population et celle ci a la possibilité d'être un élément actif dans la marche de la radio. (Bodjoko, 2010, p.15)

La radio en Africa, esaceptada especialmente por su cercanía a la audiencia, una proximidad que, como apunta Mariano Cebrián "depende de la amplitud territorial considerada no tanto en el orden administrativo cuanto en el de comunidad de convivencia" (Cebrián, 2000, p.224).

1.2.4. Nivel educativo de la población

El acceso a la educación es limitado en muchos países del continente africano. Esta circunstancia da lugar a una tasa de analfabetismo por encima del 40% en 18 países del conjunto de los Estados. Los hay incluso, como el caso de Níger en donde el 80% de la población que no ha tenido la oportunidad de aprender lo más básico para desarrollarse. Le sigue Guinea, donde 7 de cada 10 habitantes son analfabetos. Si bien estos datos son preocupantes, cuando se hace foco en las cifras por sexo, se dispara el número de países cuya población femenina no ha alcanzado los mínimos de educación. Hay unas diferencias de porcentajes de acceso a la educación entre hombres y mujeres que superan los 20 puntos. En Benin la diferencia es de 22.6 puntos, en Mali de 23, Guinea Bissau 23.6 o Costa de Marfil de 21.4. El analfabetismo incide especialmente en la población femenina a la que el acceso a la educación le es vedada en unas sociedades en las que las mujeres se encuentran en segundo plano.

Tabla 5: Tasa de analfabetismo en África

PAIS	Masc	Fem	Poblac	PAIS	Masc	Fem	Poblac
Algeria	13.9	26.9	20.4	Libia	3.0	14.2	8.6
Angola	18.0	39.3	28.8	Madagas	33.3	37.4	35.3
Benin	50.1	72.7	61.6	Malawi	27.0	41.0	34.0
Botswana	12.8	10.8	11.8	Malí	54.9	77.8	66.9
Burkina F	52.4	71.1	62.3	Maurit.	37.4	58.4	47.9
Burundi	11.8	17.1	14.5	Mauricio	7.1	11.5	9.4
Camerún	18.8	31.1	25.0	Marruec	18.1	38.0	28.3
C. Verde	7.5	15.3	11.5	Mozamb	26.6	54.5	41.2
R. Centro	49.3	75.6	63.2	Namibia	9.0	9.4	9.2
Chad	51.6	68.2	60.0	Niger	72.7	89.0	80.9
Comoros	18.0	25.7	21.9	Nigeria	30.8	50.3	40.4
Congo	13.6	27.1	20.7	Ruanda	25.3	31.7	28.8
C. Marfil	46.7	67.3	56.7	STomé	4.4	12.0	8.3
RDCongo	11.2	34.1	22.8	Senegal	31.5	56.2	44.4
Djibouti				Seychells	5.2	4.2	4.7
Egipto	16.4	31.9	24.2	Sierra l	41.0	61.8	51.6
Guinea Ec	2.7	7.1	4.8	Somalia	--		
Eritrea	17.7	34.4	26.2	Sudáfrica	4.2	6.6	5.4
Ethiopia	42.7	59.0	51.0	Sudán sur	61.4	74.6	68.0
Gabon	14.7	18.9	16.8	Sudán	35.9	46.9	41.4
Gambia	36.1	52.4	44.4	Swaziland	12.6	12.5	12.5
Ghana	18.0	28.6	23.4	Tanzania	15.2	23.9	19.6
Guinea	61.9	77.1	69.5	Togo	21.7	44.7	33.5

Guinea B.	28.3	51.9	40.2	Túnez	10.3	27.2	18.9
Kenia	18.9	25.0	22.0	Uganda	19.0	33.2	26.2
Lesotho	29.9	11.7	20.6	Zambia	10.3	19.4	14.9
Liberia	37.6	67.2	52.4	Zimbab.	11.5	14.7	13.1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de African Statistical Yearbook 2017p. 51

Tanto investigadores de la comunicación en Africa (J. P Lafrance y V.S Minaudo, 1984), como profesionales - (Anne Roger, 2017) coinciden en que “ Dans la majorité des pays en crise ou en voie de développement, la radio demeure le principal vecteur d’information et de communication accessible partout, à toutes et à tous.” Su popularidad ha superado el surgimiento de otros medios. (Lafrance y Minaudo ,1984, p.65). La virtud de la radio de abrirse a la población analfabeta, es el rasgo que la consagra como medio de comunicación por excelencia en los países del tercer mundo. Esta situación se evidencia en muchos Estados. Sierra Leona es uno de ellos. David Tam-Baryoh, estudioso de la comunicación en este país, así lo describe

In an impoverished country such as Sierra Leone with a low , 35% literacy rate (World Bank 2006a), radio is bound to be the most effective tool for communication and dialogue. In the words of a leading Sierra Leonan journalist, radio are for all, while newspapers are for a few educated citizens. (Metzger in Tam Byorh, 2001)

El oyente siente cierta autonomía en el acceso a la radio en tanto que “ Pour l’extrême majorité de la population, les médias audiovisuels sont les seuls auxquels elle peut accéder sans intermédiaire” (Capitant, p.206). En su uso estas personas no necesitan, por lo tanto el apoyo de otra que le transmita o lea la información, que le descodifique el contenido.

1.2.5. Oralidad como medio de expresión de la población

Por su naturaleza como medio de lenguaje hablado, la radio responde bien a los rasgos de la cultura africana, basada en la transmisión de sonidos, bajo la forma de “canciones, dramas teatrales, lenguaje de los tambores, o contadores de historias y proverbios (griots).... instrumentos poderosos,...herramientas para la

transmisión de mensajes para y desde la comunidad” (Sendín, 2013). El protagonismo de la voz y la palabra, propio de la radio, es otra de las razones que han llevado a que este medio no sólo haya sido el primero en establecerse en África subsahariana, sino que, como afirma José Luis Sendín, haya sido el que “más éxito y aceptación despertó desde las primeras emisiones” (Sendín, 2013).

Coincidiendo con Sendín, Lafrance explica que la radio en el continente africano se puede entender como “una transposición mediatizada de un modo de comunicación popular” ya que... La oralidad conserva en África un vigor casi intacto en detrimento del desarrollo de las lenguas escritas y audiovisuales” (Lafrance, Minaudo, 1984, p.65).

Somalia es uno de los países que mejor ilustra este rasgo. Este país

... has a strongly oral culture, and thus the importance of radio as a mass conduit for the spoken word is fundamental. Partly as a result of the low level of literacy, radio is apparently the most popular news medium in Somalia. (Ismaili, 2006, p.15)

Jean Pierre Bodjoko, experto en la comunicación en República Democrática del Congo, también insiste en que “...l’oralité est un aspect qui cadre avec la radiodiffusion comme moyen de communication adapté au contexte africain. (Bodjoko, 2010, p. 11).

1.2.6. Lenguas de la población

Los países africanos se caracterizan por el multilingüismo. La diversidad de etnias va acompañada de una diversidad de lenguas, y dialectos propios así como de las lenguas oficiales del país. Estas últimas suelen ser las lenguas de las colonias. La más extendida es el francés. Le sigue el inglés y el portugués. La presencia del francés no sólo se debe al hecho de que Francia ha sido el país que más colonias en el continente africano, sino también por la acción de la Organisation Internationale de la Francophonie, una institución que tiene entre otras misiones la de promover la lengua francesa y la diversidad cultural y lingüística.

Tabla 6: Países con una lengua oficial

Idioma	Países que lo han adoptado como lengua oficial.
Francés	Benín; Burkina Faso; Costa de Marfil; Gabón, Malí, Níger; Senegal; Togo; RDCongo; Guinea; Gabón
Inglés	Gambia, Ghana, Liberia, Nigeria; Sudán del Sur; Sierra Leona; Zambia; Zimbabue
Portugués	Angola, Cabo Verde; Guinea Bissau; Mozambique; Santo Tomé y Príncipe
Arabe	Argelia; Egipto; Libia; Marruecos (+bereber); Mauritania; Túnez; Eritrea (+tigríña)
Más de una lengua oficial	Somalia (somali); Etiopía (amárico); Namibia (Afrikáans y alemán)

Fuente: Diferentes portales sobre lenguas en el mundo.

Tabla 7: Países con más de una lengua oficial

Idioma	Países que lo han adoptado como lengua oficial.
Francés y otros	Burundi (Kirundi); Camerún (inglés); RCentroafricana (sango); Comoras (Árabe, suajili); RDCongo (lingala, Tshiluba); Guinea Ecuatorial (español, portugués); Mauricio (inglés, criollo mauricano); Ruanda (kinyanwarda, inglés); Yibuti (árabe); Madagascar (malgache); Chad (árabe)
Inglés y otros	Botsuana (setsuana); Kenia (suajili); Sudáfrica (afrikáans); Uganda (suajili); Tanzania (suajili); Malawi (chichewa); Sudán (árabe); Suazilandia (Suazi)
Más de una lengua oficial	Somalia (somali); Etiopía (amárico); Namibia (Afrikáans y alemán)

Fuente: Diferentes portales sobre lenguas en el mundo.

Pero al margen de estas lenguas oficiales, como apunta la Unesco, “Sólo en el continente africano se hablan no menos de 1250 idiomas, aunque algunos de ellos como el suahili, el wolof y el hausa, son utilizados por grandes grupos de población que desbordan las fronteras nacionales” (Unesco, 1983, p. 70) A

continuación se ofrece a modo de ilustración las lenguas utilizadas en alguno de los países africanos con el fin de poder apreciar su diversidad.

Tabla 8: Lenguas autóctonas dominantes

Nº	País	Lenguas nacionales dominantes
1	Benín	Fon; Adja; Yoruba; Bariba; Dendi; Mina y Somba
2	Burkina F.	Moore; Jula y Pulaar
3	Cabo Verde	Creole
4	Costa Marfil	Baoule; Bete; Jula; Moore y Senoufo
5	Gambia	Wolof; Mandingue; Jola; Saraxole et Pulaar
6	Senegal	Wolof; Pulaar; Mandingue; Sereer, Diola y Soninke
7	Togo	Mina; Ewé; Kabye y Dagombo
8	Mali	Bamaman; Soninke; Jula; Pulaar, Malinke y Mandingue
9	Nigeria	Haoussa; Yoruba; Ibo; Izon; Efik; Tiv, Edo; Urhobo Igala; Kanuri; Fulfulde; Nupe y Bassa
10	Guinea	Pulaar; Malinke y Soussou
11	Ghana	Akan; Ga; Ewé y Mossi- dagomba
12	Níger	Haoussa; Zarma; Fulfulde; Tamajak; Kanuri; Toubou y Gourmanche
13	Guinea Bis.	Creole; Jola; Manjak; Balante; Mandingue y Pulaar
14	Chad	Árabe local y Sara
15	Sierra Leona	Krio; Temme y Mende
16	Mauritania	Hassania; Pulaar; Soninke y Wolof

Fuente: Institut Panos Paris, Le pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest, Tome 1 et 2, l'Harmattan, Paris, 1993

De modo que, como señala Tudesq, “Le multilinguisme est la situation la plus courante en Afrique subsaharienne, entraînant un mélange des langues dans la même conversation”.

La lengua vehicular de la prensa suele ser la que se utiliza como idioma oficial. También lo es para determinadas emisoras de radio, aunque la tendencia es a la adopción de las lenguas autóctonas. La posibilidad de ofrecer los contenidos en los dialectos y hablas propias, que no se puede permitir la prensa por ejemplo, ha otorgado un gran valor a la radio como medio de difusión. Por un lado, esto ha derivado en una mayor penetración de las emisoras en los hogares. Y por otro, ese acercamiento lingüístico ha propiciado la identificación de la audiencia con su radio a través de la lengua, que para la población rural es “ce qui exprime le mieux l’appartenance à la communauté” (Yetna, 1999). Ya que, como asegura Tudesq “Les éléments marquant l’appropriation locale, c’est d’abord la langue des populations auxquelles elle s’adresse. “

La radio, por lo tanto, como señala Mónica Chibita, “... is relatively affordable and transcends literacy and language barriers. It has been ideal for enabling the majority of rural populations... to participate in public debates on important issues affecting their everyday lives, particularly in languages they are comfortable” (Chibita, 2011, p.270).

La tecnología de la Frecuencia modulada ha contribuido, sin lugar a dudas, a la posibilidad de que la radio pueda adaptarse y difundir en las minoritarias para espacios concretos, poblaciones con lenguas propias.

1.2.7. Nivel económico de los países

África está experimentando un progresivo proceso de urbanización. Para el año 2050 se estima que el 41% de la población residirá en ciudades. Sin embargo, no cabe duda de que, de momento y aún en el próximo decenio, el continente sigue siendo en gran medida rural.

En el periodo de 2005 a 2020 se calcula un incremento de 94 millones de la población que reside fuera de las ciudades. (FAO, 2009) En este sentido, cabe señalar que la agricultura es la principal fuente de actividad económica de muchos países africanos. En 22 de ellos la agricultura supone más del 25% de los

ingresos. En algunos casos alcanzan incluso más del 60% - Liberia (70.7%), Sierra Leona (61.3%), Somalia (60.2%).

La industria ocupa un lugar importante entre los países africanos, aunque en la mayoría de los casos, está superada por el sector servicios. Es el caso de - Botswana (64.4%), Cabo Verde (69.8%), Djibouti (76.8%), Gambia (61.6%), Mauricio (74.8), Namibia (62.3%), Santo Tomé (72.4%), Seychells (83.3%), Sudáfrica (63.5%).

Tabla 9: Sectores de la economía de los países africanos sobre el conjunto (2015)

PAIS	Agricult	Indust	Servic	PAIS	Agricult	Indust	Servic
Algeria	12.7	38.9	48.4	Libia	0.7	80.6	18.7
Angola	10.1	43.4	46.5	Madagas	25.7	18.6	55.7
Benin	23.1	25.0	51.9	Malawi	27.5	16.3	56.2
Botswana	2.4	33.1	64.4	Malí	40.4	19.8	39.8
Burkina F	34.2	20.2	45.6	Mauritan	27.7	28.6	43.7
Burundi	40.5	15.0	44.5	Mauricio	3.5	21.7	74.8
Camerún	22.8	28.5	48.7	Marruec	14.5	29.2	56.3
C. Verde	9.7	20.5	69.8	Mozamb	25.2	21.6	53.2
R. Centro	45.5	15.1	39.4	Namibia	6.7	31.0	62.3
Chad	29.6	31.8	38.6	Niger	39.6	19.9	40.5
Comoros	33.6	10.8	55.7	Nigeria	20.9	20.4	58.8
Congo	7.7	56.1	36.2	Ruanda	30.2	18.3	51.5
C. Marfil	22.1	31.7	46.2	STomé	12.6	15.0	72.4
RDCongo	20.1	42.5	37.4	Senegal	17.5	23.4	59.1
Djibouti	3.6	19.5	76.8	Seychells	2.5	14.3	83.3
Egipto	11.3	36.2	52.5	Sierra l	61.3	4.8	33.9
Guinea Ec	2.1	60.1	37.8	Somalia	60.2	7.4	32.5

Eritrea	17.2	23.5	59.3	Sudáfrica	2.3	29.2	68.5
Ethiopia	39.2	17.7	43.0	Sudán sur			
Gabon	4.7	52.8	42.5	Sudán	32.0	20.6	47.3
Gambia	22.5	15.8	61.6	Swaziland	8.4	39.1	52.6
Ghana	21.0	27.6	51.4	Tanzania	31.5	26.4	42.2
Guinea	20.8	28.9	50.3	Togo	48.9	20.1	33.1
Guinea B.	40.5	15.3	44.3	Túnez	11.0	27.2	61.8
Kenia	32.9	19.5	47.5	Uganda	25.6	21.5	53.0
Lesotho	7.2	32.0	60.9	Zambia	5.3	35.3	59.4
Liberia	70.7	11.4	17.9	Zimbabue	11.8	24.7	63.5

Fuente: elaboración propia a partir de datos de African Statistical Yearbook 2017p. 51

África es el continente de las desigualdades. Aunque se observa cierto crecimiento general de la economía africana, sin embargo, como afirma Francisco Ferreira, economista en jefe de la Región de África del Banco Mundial no ha favorecido al conjunto de la población.

En la última década, África creció más rápidamente que la mayoría de las otras regiones, pero el impacto en la pobreza ha sido mucho menor de lo que habríamos deseado. El crecimiento en África no ha logrado reducir la pobreza en la medida que habría sido posible debido a los altos niveles de desigualdad. El crecimiento con equidad es posible, pero para ello debe haber menos desigualdad tanto en los resultados como en las oportunidades. (Ferreira, 2013)

1.2.8. Condiciones de vida de la población

La renta per cápita media de África (4.720 \$) se sitúa a gran distancia de la cifra media mundial (15.030\$). Esta renta media, que es cuatro veces inferior a la del resto del mundo, sólo es superada en África por 17 países. El resto se encuentra bastante por debajo de ese umbral. Hay 19 Estados

cuya población subsiste con una renta entre 2.500 y 1.000\$, mientras que, al menos 7 países, no alcanzan los 1.000\$.

Tabla 10: Renta per cápita (2014/2015)

	Renta Nacional per cápita, 2014 y 2015 (\$US)
World (Mundo)	15,030
30.00/20.000	Sao Tome y Principe; Seychelles; Guinea Ecuatorial
20.00/15.000	Mautania; Botswana; Gabon; Libia
15.000/10.000	Algeria; Egipto; Tunisia
10.00/5.000	Namibia; Marrueco; Angola; Cabo Verde; Swaziland; Nigeria; Congo
África	4.720
Media/2.500	Ghana; Zambia; Mauritania; Costa de Marfil; Lesoto; Camerun; Kenya; Tanzania
2.500/1.000	Senegal; Sudan del Sur; Chad; Benin; Sierra Leona; Zimbabue; Uganda; Burkina Faso; Mali; Gambia; Comores; Ruanda; Etiopia; Guinea Bissau; Madagascar; Togo; Eritrea; Mozambique; Guinea
-1. 000	Niger; Liberia; Burundi; Malawi; Rep. dem. del Congo; Rep. centroafricana; Somalia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de 2015 World Population Data Sheet, p.11-12

Algo tan básico como el acceso al agua potable es un lujo para buena parte de la población africana. Así se observa a partir de los datos derivados del estudio de la Commission économique pour l'Afrique, le Groupe de la banque africaine de développement, Commission de l'Union Africaine en 2017. Hay 21 países en los que más del 25% de la población no dispone de agua potable. En algunos territorios esta proporción sube dramáticamente al 50% o cerca de esa cifra. Es el

caso de Angola, Chad, República del Congo, Guinea Ecuatorial, Madagascar, o Mozambique.

Tabla 11: Acceso al agua potable de países africanos (2015)

PAÍS		PAÍS		PAÍS		PAÍS	
Angola	49	Madagascar	52	Eritrea	58	Sierra L	63
Burundi	76	Mauritania	58	Ethiopia	57	Sudán Sur	59
Camerún	76	Mozambique	51	Guinea	77	Swalizandi	74
Chad	51	Niger	58	Kenia	63	Tanzania	56
RDCongo	52	Nigeria	69	Liberia	76	Togo	63
G. Ecuat.	48	Ruanda	76	Zambia	65		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de African Statistical Yearbook 2017p. 46

Otro de los recursos muy limitados que condiciona la vida de la población es el acceso a la electricidad. En África, en 15 de los 54 Estados del continente la población cuenta con electricidad en su hogar en una proporción media que va desde 4.5% al 20% de los habitantes del país. En otros 17 países, menos del 50% de los ciudadanos puede utilizar esta fuente.

Si se hace foco en el entorno rural, se advierte que el acceso a la energía eléctrica baja sustancialmente respecto al acceso general. Desciende a cotas del 0.4% en República Democrática del Congo, a 1% de la población rural en Sierra Leona, 1.7% en Liberia o 2% en Burundi o 3% en Angola y Burkina Faso.

En 22 países el volumen de población que tiene un acceso a electricidad en las zonas rurales es inferior al 10%.

Tabla 12: Acceso a la electricidad de la población africana

PAIS	% general	% ámbito rural	PAIS	% general	% ámbito rural
Algeria	93	99.6	Libia	98.4	92.3
Angola	32	3	Madagas	16.3	10.7
Benin	34.1	16	Malawi	11.9	4.7
Botswana		37.5	Malí	27.3	11.8
Burkina F	19.2	3	Mauritan	38.8	2.3
Burundi	7	2	Mauricio	99.2	78.8
Camerún	56.8	22.2	Marruec	91.6	84.6
C. Verde	90.2	79.2	Mozamb	21.2	6
R. Centro	12.3	3.1	Namibia	49.6	21.3
Chad	8	4.5	Niger	14.3	5.4
Comoros	73.8	65	Nigeria	57.7	39.3
Congo	43.2	10.4	Ruanda	19.8	9.1
C. Marfil	61.9	36.5	STomé	68.6	54.8
RDCongo	13.5	0.4	Senegal	61.0	32.7
Djibouti	46.7	10.4	Seychells	99.5	98.7
Egipto	99.8	99.8	Sierra l	13.1	1
Eritrea	45.8	7.2	Somalia	19.1	11.2
Ethiopia		27.2	Sudáfrica	86.0	71.5
Gabon	89.5	42.3	Sudán sur	4.5	3.6
Gambia	47.2	13.0	Sudán	44.9	3.6
Ghana	78.3	63	Swaziland	65	26.5
Guinea	27.6	4	Tanzania	15.5	4
Guinea B.	17.2	4	Togo	45.7	16.3

Guinea Ec	67.6	49.8	Túnez	99.8	99.6
Kenia	36	12.6	Uganda	20.4	10.3
Lesotho	27.8	11.8	Zambia	27.9	3.8
Liberia	9.1	1.7	Zimbabue		9.8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Banco Mundial

Estas condiciones de pobreza, en las que se constata la baja renta per cápita y la limitación o ausencia de recursos tan básicos como el agua potable o la electricidad, caracterizan buena parte del escenario en el que se desarrolla la sociedad africana.

La radio ha sabido adaptarse a estas circunstancias en África. Uno de los aliados ha sido la tecnología. Sin duda, la evolución en el diseño del receptor de radio ha sido un factor determinante en la expansión del medio en un entorno tan desfavorable. El desarrollo del transistor ha sido decisivo en el despliegue de la radiodifusión en el continente africano. “Se trata de la primera y más decisiva innovación. Ya no se requería de una fuente de electricidad. De modo que, “...a radio set could be run on small, inexpensive, low-voltage torch batteries. Radios suddenly became portable... The transistor radio or tranny was carried in the street taken on outings, played at work or in the fields”. (Mytton, 2000, p. 24). La capacidad de adaptarse a la actividad de los africanos, es una de las bondades que Khamalwa destaca de la radio en Uganda. “Being largely an agricultural country, radio fits with the lifestyle of many people in Uganda. It is a popular media channel because it does not require electricity, and because people can listen to the radio while they work, walk or drive. (Khamalwa, 2006 p. 14).

Los primeros transistores llegan a África en torno a 1958. La producción a gran escala permite la reducción del precio, por lo que la velocidad de despliegue de receptores de radio en el continente es muy significativa (Mytton, 2000, p. 25)¹⁰. Esta novedad es la que definitivamente permite una expansión del medio radiofónico en África, ya que, como explica Jean Pierre Bodjoko “Pour connaître une implantation dans les populations africaines, il a fallu attendre la

¹⁰ Entre 1955 y 1995 el número estimado de receptores pasa en África subsahariana de 460.000 a 70.200.000; en Sudáfrica de 775.000 a 13.000.000; y en África del Norte de 1.405.000 a 41.360.000.

vulgarisation des postes transistors, les premières radios pour le grand public” (Bodjoko, 2010, p.16)

Este avance técnico hace posible la democratización del acceso a un receptor, y por lo tanto, a la información, ya que, como apunta Graham Mytton “In the poorer areas of the world, the transistor brought an even greater change. It meant that radio was not only portable; for the first time it became available to almost everyone except those living entirely in the subsistence economy” (Mytton, 2000, p. 24).

El moderado coste, por lo tanto, de un transistor, permite su presencia en muchos hogares en Africa, dando lugar a situaciones tan curiosas y elocuentes como como la experimentada en Burkina Faso. En 2005 sólo el 45% de los hogares de este país disponían de camas, mientras que el 66% contaba con un receptor de radio (Banque mondiale, 2005).

Pero a mediados de la década de los 90 se suma otra novedad en materia de receptores de radio que tiene su origen en África. La iniciativa parte de un británico, Trevor Baylis, sensible a los problemas sanitarios del continente, y preocupado por el hecho de que, en muchas zonas, la radio es el único medio de información de la población. Se cuestiona sobre qué pasaría si en esos territorios que no disponen de electricidad, no llegara tampoco suministro de pilas para los transistores. Los habitantes quedarían aislados. No tendrían posibilidad de recibir instrucciones para luchar contra su gran amenaza, el Sida. Esta inquietud de índole humanitaria le conduce a desarrollar un prototipo de radio de cuerda. Con ayuda de una manivela a la que debe darse 60 vueltas, la radio puede funcionar durante 40 minutos. En 1995 se bautiza la radio como Baygen. Se empieza a fabricar en Suráfrica. Esta tecnología se ha ido desplegando, y en la actualidad, hay una variedad de modelos y marcas de radios a manivela con prestaciones mejoradas. (El País, 1996).

La radio solar es otra opción en la que se dota al receptor de un panel solar en la parte superior del aparato mediante el que se carga la batería incorporada al equipo. De forma que se utiliza la luz solar de manera directa para alimentar la radio. Dependiendo del modelo y de la marca, la carga de una hora puede servir para escuchar la radio durante 40 a 60 minutos.

En las tres modalidades de radios, transistor, manivela y energía solar, los equipos dan acceso tanto a Onda Corta, Media como Frecuencia modulada, y su precio oscila entre 10 y 25 euros.

Estos avances técnicos han permitido que, a pesar de las circunstancias económicas descritas, la radio se haya implantado en este territorio, situándose en la actualidad en el medio de mayor penetración en los hogares africanos, venciendo, de un lado, las dificultades del bajo poder adquisitivo de los habitantes y, de otro, el reducido despliegue de redes de electricidad. Según datos recabados entre la población adulta de varios países africanos, por Balancing Act, 2008¹¹, y tratados por Mary Myers en su trabajo *Radio and Development in Africa*, la radio es el equipamiento de mayor presencia en los hogares. De los 15 Estados analizados, en 12 de ellos más del 80% de las personas encuestadas dispone de un equipo de radio. En países como Togo, Kenia o Burundi se puede apreciar la absoluta dependencia de la radio.

¹¹ El estudio se ha realizado entre 2005/2007 por medio de encuestas realizadas por Intermedia a una muestra de 2000 individuos de más de quince años de 17 países (Argelia, Angola, Burundi, Egipto, Gana, Kenia, Marruecos, Mozambique, Nigeria, Rwanda, Senegal, Sudáfrica, Tanzania, Togo, Túnez, Uganda y Zimbabue)(nivel de confianza de 95%.)

Tabla 13: Acceso a equipamiento de comunicación (2008)

	RADIO	TELEVI SOR	INTER NET	MOVIL
Togo	87	28	0	9
Nigeria	90	53	1	25
Senegal	91	69	3	39
Ghana	89	50	1	28
Kenia	92	37	1	5
Tanzania	93	20	0	22
Uganda	83	8	1	21
Burundi	69	3	0	2
Angola	85	96	4	79
Mozambique	90	76	1	53
Sudáfrica	89	76	1	56
Zimbawe	56	35	1	11
Marruecos	81	99	19	88
Argelia	79	86	31	82
Túnez	86	100	7	70
Egipto	78	98	11	46

Fuente: Elaboración propia a partir datos Balancing Act 2008 en Myer, M (2008).
Radio and Development in Africa.

1.2.9. Condiciones económicas de los emisores

Entre los medios tradicionales, no cabe duda de que la radio se caracteriza por el bajo coste económico para su implantación como medio. De un lado, el equipamiento técnico es más asequible que en televisión o prensa, permitiendo estar al alcance de un espectro amplio de posibles emisores, desde empresas

pertenecientes a grupos de comunicación hasta colectivos o asociaciones sin ánimo de lucro. (Mc Leish, 1986). Por otra parte, aunque en principio se requiere de la intervención de profesionales técnicos y redactores, animadores cualificados, el manejo de los equipos no resulta excesivamente complejo, lo que permite abrir el medio a la participación de colaboradores no especializados. En el contexto africano, como se podrá constatar más adelante, un gran volumen de emisoras está gestionado por personas que no disponen de formación en materia de comunicación.

A principios de los 80, el informe de la Unesco ya apuntaba a la radio como el medio más apropiado para determinadas sociedades. “En los países en desarrollo, la radio es el único medio de comunicación que puede llamarse propiamente medio masivo; es un conducto fácil y económico para llegar a regiones remotas” (Mc Bride, 1980, p.82).

1.3. LA RADIO AL SERVICIO DE LOS AFRICANOS

Los ejes en torno a los que giran las funciones tradicionales de la radio son la información, el entretenimiento y la educación. Sin embargo, tanto los matices de su utilización como, incluso los propios usos difieren de una sociedad a otra ya que se ven condicionados por numerosos factores, climáticos, educativos, políticos, sanitarios, territoriales, o religiosos, entre otros.

1.3.1. Recurso en emergencias

África es uno de los continentes más golpeados por catástrofes naturales, sequías, desertificación, inundaciones, huracanes, así como conflictos y violencia armada. La población está sometida a numerosos desastres humanitarios que la obligan a desplazarse. Países como Sudán, Sudán del Sur, Djibuti, Somalia, Etiopía o Kenia son algunos de los más acuciados por estas situaciones. Según un informe del Centro Internacional del Monitoreo de desplazamientos, “desde 2009, se estima que una persona por segundo resulta desplazada por algún desastre natural, con 22,5 millones de personas en esta situación por eventos extremos u otros factores climáticos desde 2008.” (.....)

En un contexto como el que se expone, la radio adquiere una relevancia especial ya que, como señala el Secretario de la ONU, Ban Ki-moon, no cabe duda de que “la radio puede hacer la diferencia entre la vida y la muerte en los momentos de crisis. Sus características le permiten ser versátil y rápida. Es ideal para emitir alertas y difundir información clave”(Ki-Moon, 2016).

El papel de la radio en estas circunstancias, tan frecuentes en África, también es destacado por Mary Myers, que coincide en que “ In emergencies and disaster situations, radio is an invaluable tool...Innumerable lives have been saved through cyclone and volcano radio warning the world over” (Myers, 2010,p.2)

La Organización no Gubernamental suiza, Hironnelle, institución cuya misión es el desarrollo de la radio en comunidades africanas vulnerables, expone dos situaciones en las que se evidencia la fuerza de la radio. En ambas, que tienen lugar en la República Centrafricana, interviene Radio Ndeke Luka, una emisora sostenida por Hironnelle. En una de ellas lo hace avisando de forma inmediata a la población y a las autoridades sobre la declaración de un incendio en el campamento de refugiados de la localidad, lo que permite evitar un desastre y pérdidas de vidas. En la otra a través de la emisora se previene de la declaración de una epidemia de cólera, lo que permite tanto a los habitantes de los pequeños poblados como a la OMS intervenir para evitar su programación. Estos son sólo dos escenarios en los que se manifiesta el carácter vital de la radio. (Hironnelle)

La radio no sólo tiene esa capacidad de prevenir y de ayudar durante la catástrofe sino también puede contribuir a reconstruir y reparar una vez sucedida. En este sentido Ban Ki moon le otorga un rol más amplio. “Para las personas en sociedades destruidas o atrapadas por una catástrofe que buscan desesperadamente orientación, la radio provee información vital. La radio puede ayudar en operaciones de respuesta y en la fase de reconstrucción.” (Ban Ki Moon, 2016). En esta misma línea Myers también comenta que “After a disaster has hit, and as survivors try to find lost loved-ones and to access food, shelter and medical aid, radio can be vital for reassuring, informing and preventing panic”. (Myers, 2010, p.2).

La directora general de la Unesco en el Día Mundial de la Radio en 2016, también resalta el valor de la radio en situaciones de crisis y su capacidad para

contribuir “... a tejer vínculos entre las comunidades y a restablecer el contacto entre familias rotas por una catástrofe” (Bovoka, 2016).

1.3.2. Comunicación interpersonal

La comunicación oral está en la base de la cultura africana. Es su modo de comunicación. Esta es una de las razones del éxito de la radio, ya que esta es acogida como una prolongación del individuo, como la forma de hacer llegar mensajes personales donde no alcanza la voz. La radio se adapta a las necesidades de difusión de las personas, las familias, los amigos. Se convierte en un instrumento de utilidad personal, en un servicio a su disposición. La radio es, en definitiva, una forma de ampliar la comunicación interpersonal.

No es necesario que quien desee enviar un mensaje sepa escribir o leer ya que, basta con que lo dicte en su propia lengua. De manera que, las personas analfabetas pueden recurrir a esta forma de comunicación fácilmente. (Capitant, 2008). El contenido de los comunicados puede girar en torno a cualquier cuestión o acontecimiento de carácter privado. Estos, que pueden ser de pago o gratuitos, sirven para avisar del nacimiento de un hijo, del fallecimiento de un familiar, anunciar la fecha, lugar y hora de entierros, bautizos o enlaces matrimoniales, de la pérdida de objetos, robos,.... El vecino puede dirigirse a una persona en concreto, a un determinado familiar para informarle o pedirle algo concreto, como que acuda al pueblo para atender a un enfermo, o que haga una compra en la ciudad.... . Cualquier tema tiene cabida. Estos mensajes, como comenta Silvie Capitant, “.. occupent une place sociale de toute première importance...ils facilitent la vie. Au lieu de se déplacer en vélo ils informent par la radio.” (Capitant, 2008, p.207). O simplemente suplen la ausencia de teléfono. Es tal su aceptación que André Jean Tudesq apunta la importancia que tienen los comunicados dentro de la programación de una emisora. “ ..à Burkina Faso dans la radio Voix du Paysan, la lecture des communiqués peu occuper chaque jour 3 heures du temps d’antenne.”(Tudesq, 1998, p.131).

1.3.3. Comunicación comunitaria

La radio permite la comunicación interpersonal, en primer término, pero también una comunicación comunitaria. La comunidad se convierte simultáneamente en emisora y en receptora de los mensajes. La radio adopta su condición de mesomedio, en la medida en la que, como explica Fernández Areal, se plantea como “una necesidad, como un órgano de expresión, de comunicación de una comunidad reducida, como un boletín de noticias, si se quiere que supla a la imposible relación personal diaria entre vecinos” (Fernández, 1997, p.27).

La radio se presta como medio a ser tomado por la comunidad. Esta se apropia del medio.

Cette appropriation des radios de proximité par les sociétés africaines présente, avec des aspects variables, des traits communs: participation des auditeurs à la vie de la radio, espace commun à la production des émissions et à leur réception, le plus souvent dans la langue habituelle des auditeurs, la radio constituant le moyen d'expression d'une communauté et pas seulement un moyen d'expression pour la communauté. (Tudesq, 2009, p.5)

Se trata de una comunicación en la que todos comparten los mismos referentes. La materia de interés remite, en muchos casos a simples cuestiones cotidianas o problemas a los que se busca respuesta desde el seno de la comunidad. En este sentido, Tudesq insiste en el uso de la radio como espacio común, como

un espace de médiation qui peut, selon les cas, être un espace public pouvant ouvrir un dialogue entre communautés et opinions différentes soit au sein d'une communauté, soit pour offrir un espace commun entre les générations, soit pour dynamiser des intérêts ethniques ou religieux ou économiques pouvant être source de conflits. (Tudesq, 2009, p.9)

La posibilidad de utilizar su propia lengua en la radio es lo que hace posible esa apropiación. Como señala Monica B. Chibita, "The availability of radio in languages other than the colonial ones enables audiences to express themselves on issues such as agriculture, health, land, the budget, the environment, taxes and trade relations with neighbours"(Chibita, 2011, p.272).

Por lo tanto, la radio ofrece la opción de la participación del ciudadano en el medio, cuya intervención puede servir para reafirmar la identidad cultural de los vecinos, como sucede en Tanzania. En un informe realizado por Lwanga-Nale y Jallov , sobre la emisora Orkonerei Radio Service para la Agencia de cooperación sueca, se pone recoge una situación en la que se constata el papel que juega la radio en una sociedad como la Maasai. (.....)

From the town of Terrat in Tanzania, Orkonerei Radio Service broadcasts across a wide expanse of Maasai tribal lands, reaching Maasai pastoralists in their own language and on subjects that the Maasai are hungry to hear about: their own traditional culture, cattle-rearing, family and women's issues, and rights to land and forests. (Myers, 2010, p.5)

Los maasais tienen, por lo tanto, la oportunidad de comunicarse entre ellos a través de la radio, de escuchar su música y revitalizar, en definitiva, su cultura. Para ellos además, la radio se ha convertido en la única herramienta a su alcance para emprender cambios sociales y económicos y reforzar acciones de desarrollo local en beneficio de la comunidad.

1.3.4. Plataforma para la educación básica

A lo largo de décadas, la inestabilidad política, las crisis económicas y los conflictos armados han afectado no solo al nivel de educación, sino también la inversión de los países africanos en infraestructuras, ambas en descenso. Países como Angola, Etiopía, Liberia, Mozambique, Nigeria, Sierra Leona, Somalia o Sudán vienen padeciendo estos problemas desde los años 80. Otros, como Burundi, Congo, Etiopía o Ruanda, las sufren desde la década de los 90.

Los datos ofrecidos en 2006 por las fundaciones Carolina y Entreculturas ponen en evidencia un déficit de escolarización importante en general,

especialmente preocupante en algunos países en los que más de la mitad de la población infantil no accede a la escuela.

Especialmente sensibles son las situaciones de Burkina Faso que tiene una tasa neta de escolarización (TNE)¹² de 35%, Níger de 38 y Sierra Leona 41. (Oya y Begué, 2006).

Tabla 14: Media de TNE

TNE	Países según nivel de escolarización.
<50%	Burkina Faso; Eritrea; Etiopía; Guinea Bissau; Níger; Djibuti, Sudán
50,1- 70%	Burundi; Chad; Costa de Marfi; Ghana; Guinea; Kenya; Mozambique; Tanzania; Senegal; Zambia; Mauritania; Liberia; Madagascar
70,1-90%	Gambia, Zimbabwe; Benin; Botswana; Gabón; Guinea Ecuatorial; Lesotho; Malawi; Namibia; Ruanda; Sudáfrica; Swazilandia
90-100%	Egipto; Cabo Verde; Santo Tomé y Príncipe, Seychelles; Togo
No disponible	Comores, Congo, Mali, Nigeria, RCentroafricana; Sierra Leona; Camerún Uganda.

Fuente: Elaboración propia datos de la Unesco tratados por Oya y Begué (2006). En los retos de la educación básica en África Subsahariana

¹² Tasa neta de escolarización es “la relación entre el alumnado de una edad, o grupo de edad que cursa la enseñanza considerada, respecto al total de la población de la misma edad o grupo de edad” en <http://economiadelaeducacion1.blogspot.com.es>

Los datos empeoran si se hace foco en la distinción de los niveles de educación por sexo. El porcentaje de acceso a la educación de niñas es sustancialmente inferior al de niños. La diferencia en la escolarización en la población infantil masculina y femenina, llega a ser de entre 10 y 20 puntos porcentuales.

Según datos del programa de desarrollo de la ONU,

Los motivos por los que los niños no asisten a la escuela son diversos, pero a menudo guardan relación con la pobreza, el origen étnico, la exclusión social, la residencia en zonas rurales o barrios marginales, una ubicación geográfica remota, los desastres, los conflictos armados, la carencia de instalaciones básicas y la calidad deficiente de la educación. (PNU, 2016, p.4).

Tabla 15: Escolarización de la población por sexo (2006)

Países	Diferencia entre escolarización niños/niñas	Escolarización niños	Escolarización niñas.
Burkina Faso	11	42	31
Níger	14	45	21
Malí	12	50	39
Guinea Bissau	15	53	37
Chad	23	72	49
Costa de Marfil	13	67	54
Guinea	15	73	58
Liberia	18	79	61

Fuente: Elaboración propia datos de la Unesco tratados por en Oya y Begué (2006) Los retos de la educación básica en África Subsahariana

Por otra parte, aunque no se cuenta con datos, se observa que la tendencia es que en el ámbito rural la población infantil tiene menos oportunidades de

escolarizarse que en zonas urbanas. Según ONUSIDA de la Organización Mundial de la Salud el VIH/SIDA una de las razones es la carencia de docentes en algunos países debido a los efectos del Sida. Carol Coombe afirma que la pandemia no sólo afecta a la oferta de los servicios educativos a través de la mortalidad de los educadores y del incremento de los costes que impone la enfermedad al sistema. (Coombe, 2002): “la pandemia del sida está causando gran impacto en la muerte de profesorado”.

En estas circunstancias en las que se aprecia un gran dificultad en el acceso a la enseñanza, se entiende que uno de los modos alternativos de provisión de educación, sea la formación a distancia a través de Internet, aunque dada la ausencia de electricidad en muchas zonas, la formación a distancia se orienta a través de la radio. Este medio no solo se brinda como plataforma de escolarización, sino que se abre además a la capacitación básica, formación profesional. En Senegal, la radio educativa se plantea como uno de los objetivos a alcanzar en el marco de la colaboración del gobierno con la Agencia española de cooperación internacional para luchar contra los bajos índices de educación.

De modo que la radio es una de las opciones para acercar la educación a la población africana. En niveles de enseñanza primaria y secundaria, uno de los usos de la radio es servir de material de apoyo en el aula. En otros casos se desarrollan iniciativas de radio de enseñanza a distancia. El *Consortium international francophone de formation à distance* es una organización que ha creado una red de radios escolares y educativas en varios países como Benín, Burkina Faso, Camerún, Congo, Costa de Marfil, Djibouti, Gabón, Níger y Chad.

En otros casos, hay instituciones como l’Institut national pour la formation et la recherche en éducation, creada en 1995 que se dedican a producir programas escolares y educativos para ser difundidos por emisoras, preferentemente públicas aunque con cabida en cualquier otro tipo de radio. Incluso hay iniciativas destinadas al reciclaje y actualización de los docentes a través de la radio. El proyecto Worldspace se dedica a esta labor en colaboración con emisoras de varios países (Kenia, Suráfrica, Senegal, Benín, Burkina Faso)

En cualquier caso, se hace evidente que la radio es la vía alternativa para el desarrollo educativo de la población en África,

la radio reste un moyen auquel les gouvernements ont encore recours surtout dans les situations difficiles... Même dans les pays où la radio nationale a peu de crédibilité, comme en Centrafrique, ... elle arrive nettement en tête comme moyen d'éducation parmi les médias. (Tudesq, 2002, p.172).

1.3.5. Educación ciudadana

Como se constatará más adelante, la democracia en los países africanos es muy precaria. Sólo unos pocos países están dotados de un sistema electoral libre. No hay una cultura de la democracia, ni de la buena gobernanza.

En un contexto como este, la radio es un medio que presenta grandes potencialidades para educar a los ciudadanos en materia de Democracia y Derechos Humanos. Determinadas formas de radio, como las radios comunitarias en África, cumplen con la función de acercar esos conocimientos a los oyentes.

some community radios focus on explaining the implications of democracy and civil society, raising awareness about people's right, but also about their obligations. They work to explain how a civic sense is needed if new-found freedoms are to result in harmony and social progress. (Fraser y Restrepo, 2001, p.20)

El individuo debe, de un lado, conocer sus propios derechos como ciudadano y aprender a ejercerlos, y de otro, reconocer y respetar los de los demás en un escenario de buena gobernanza. Son contenidos muy comunes en la programación africana.

Todas las emisoras tienen programas sobre Derechos Humanos y responsabilidad civil para la democracia. En Ghana, por ejemplo, todas las emisoras llevan a cabo campañas de educación cívica en las elecciones presidenciales, de acuerdo con una política de neutralidad política, en algunos casos incluso a riesgo de sufrir la presión del poder político. (Almuku y White, 2005)

1.3.6. Vía de educación para la salud

Además de contenidos de enseñanza reglada, la radio es el medio para educar en cuestiones que tienen un carácter vital, la salud. El continente africano se enfrenta a grandes deficiencias en esta materia. Un informe de la ONU respecto a la situación demográfica del mundo estima que para mitad del siglo XXI, más del 80% del aumento mundial de la población tendrá lugar en África. La mortalidad, la infantil se está conteniendo en los últimos años. Ha descendido de 168 muertes por cada 1.000 niños nacidos a 101 en 2014, una cifra evidentemente aún muy elevada. En cuanto a la población adulta, la probabilidad de muerte entre los 15 y 60 años en África es de 296 por cada 1.000 personas. En lo que respecta a la edad media de su población. Se puede afirmar que se trata de un continente joven. La población entre 15 y 24 años sigue en aumento. El 30% de jóvenes y adolescentes en el mundo en 2050 procederán de África (ONU, 2014).

En el informe de la OMS de 2006, se advierte que los países, en los que se registra menor esperanza de vida entre hombre y mujeres, son todos africanos. Los datos son muy preocupantes. La esperanza de vida de un hombre de Sierra Leona es de 49.3 años, y la de una mujer de 50.8. En estos márgenes se encuentran otros países como Chad, Costa de Marfil, República Centroafricana o Angola (World Health Organization, 2016).

Tabla 16: Países africanos de menor esperanza de vida

Hombres		Mujeres	
PAÍS	EDAD	PAÍS	EDAD
Lesotho	51.7	Chad	54.5
Chad	51.7	Côte d'Ivoire	54.4
R. Centroafricana	50.9	R. Centroafricana	54.1
Angola	50.9	Angola	54.0
Sierra Leona	49.3	Sierra Leona	50.8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe World Health Statistics: 2016

En el ámbito de la salud, la educación se hace, por lo tanto, esencial y de ella depende de la calidad de vida de la población o incluso, de la propia vida. En muchos casos, en calidad de agente social, la mujer debe ser el objeto de esa formación.

La Unesco señala que algo tan básico como la prevención de embarazos entre las adolescentes es algo que depende de la educación. La actividad de sensibilización encuentra en la radio un aliado para hacer llegar los mensajes (UNESCO, 2017). Asimismo, como se recoge en el Informe de seguimiento de la educación de 2016, la educación de las madres se ha identificado como un importante factor determinante de la mortalidad infantil, independientemente de los ingresos (Smith-Greenaway, 2013). “Las mujeres educadas pueden sentirse seguras de que sus hijos sobrevivirán a la edad adulta” (UNESCO, 2017, p.96). En este escenario la radio es una vía esencial para llegar a la mujer, privada en muchos casos del acceso a la educación básica.

Una de las enfermedades de mayor presencia y probabilidad de causar muerte es, sin duda, el VIH. La padece el 10% de la población adulta de África. Los países con uno de los mayores índices de infección son Botswana, Namibia, Swazilandia y Zimbabwe donde entre el 20 y 26% de la población de entre 15 y 49 años padecen la enfermedad.

La población más afectada es la de las zonas rurales. El número de muertes por la enfermedad en el entorno rural es muy elevado. Incide, además, directamente al medio agrícola, ya que se estima que 7 millones de trabajadores del campo ha fallecido desde 1985 hasta 2015 por esa razón. De modo que “la enfermedad ya no es exclusivamente un problema de salud, sino que se ha convertido en una importante cuestión del desarrollo” (FAO). Se entiende, por lo tanto, que por sus consecuencias sea una de las principales preocupaciones tanto de gobiernos, como de ONGs y la comunidad internacional.

Para Mary Myers la radio ha demostrado que “... it can produce some impressive gains in the field of health.” En esta línea comenta que en Tanzania contenidos relacionados con la higiene, con las relaciones sexuales, la reproducción, etc.. son tratados a través de una serie radiofónica denominada “Pilika Pilika”. La productora del programa es Media for education and

development, una organización no gubernamental que se dedica a desarrollar programas de radio, y televisión con objetivos educativos. Según datos del estudio de impacto realizado en 2010, “85% of the respondents who listen to Pilika Pilika have implemented or undergone various changes in their lives as result of learning’s and knowledge gained from the radio programme” (Myers, 2010, p.4). Por otra parte en otro estudio realizado en Sudáfrica, se ha descubierto que el 89% de la población rural afirma que su fuente de información sobre el VIH/Sida es la radio.

Dada las potencialidades de la radio como instrumento de educación para la salud, la organización gubernamental, Developing radio partners desarrolla el programa “Healthy stations training” mediante el cual forma profesionales para el desarrollo de emisoras y programas con este tipo de contenidos. (PNDU)

1.3.7. Instrumento para desarrollo rural

África es un continente de un amplio entorno rural en el que reside un gran volumen de población y del que se nutre buena parte de la economía nacional. La actividad de países como Liberia, Sierra leona, y Somalia se basa principalmente (entre un 70 y 60%) en el sector de la agricultura. En Togo, República Centrafricana, Guinea, Malí y Burundi la actividad agrícola se sitúa entre el 40 y 50%. Y en otros 14 países los cultivos y ganadería representan una tercera o una cuarta parte de la economía de esos Estados.

Tabla 17: Volumen de economía en el sector de la agricultura

PAIS	Agricult	PAIS	Agricult
Madagas	25.7	Ruanda	30.2
Malawi	27.5	Sierra l	61.3
Mali	40.4	Somalia	60.2
Burkina F	34.2	Ethiopia	39.2
Burundi	40.5	Sudán	32.0
Mauritan	27.7	Tanzania	31.5
R. Centro	45.5	Togo	48.9
Chad	29.6	Guinea B.	40.5
Comoros	33.6	Kenia	32.9
Mozamb	25.2	Uganda	25.6
Niger	39.6	Liberia	70.7

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Banco Mundial.

Dada la importancia del mundo rural en el desarrollo económico y habida cuenta de cuestiones como la dispersión de la población en el territorio y las dificultades en el desplazamiento por carretera en diferentes zonas de África, es fácil intuir la relevancia de la radio en un contexto como este.

Así lo sostiene la ONG, Farm Radio International para la que

Africa's small-scale farmers produce most of the food on the continent. And yet, they are among those most vulnerable to hunger, malnutrition and poverty. But there are lots of low-cost, sustainable farming practices that can help them grow more and better food and enjoy a richer, healthier life. And there's a simple tool to share those ideas on a grand scale: Radio. (FIR).

Farm Radio Internacional utiliza desde 1979 la radio como instrumento de mejora del mundo rural. Está presente en 38 países africanos, y su propósito es

....to share practical farm information in a world-wide exchange through the most assessable medium, radio. (the founder) He sought out information about affordable and appropriate agricultural techniques, such as how to fertilize their crops with animal manure or compost, or how to raise oxen. (FIR).

Myers también considera que la radio está cumpliendo su función educativa en el sector agrícola y ganadero. Para ella "Radio is effective media in educating listeners and helping about positive change" y alude a experiencias en países como Ghana en el que como consecuencia de la promoción de un nuevo tipo de cultivo de arroz, denominado NERICA (New Rice for Africa) a través de Volta Star Radio, se obtuvo grandes resultados de producción en 2008 (Myers, 2010, p.4). También relata la situación de Uganda en el que, según Radio Francia Internacional, "a similar radio campaign, this time focussing on popularising a new disease-resistant variety of cassava called Akena, obtained more dramatic results recently, with increases in acreage planted with improved cassava of up to 510%" (RFI, 2010).

El papel de la radio como instrumento en la educación en el mundo rural se constata mediante experiencias como la llevada a cabo en Kenia por parte de la ONG Mediae. Esta productora lanza en el curso 2014/2015 el programa Shamba Shape Up Series 5, difundido en inglés y en Swahili, a través de la emisora keniana, Radio Citizen. Su contenido tiene como objetivo ayudar a los agricultores y ganaderos "... to improve their chicken, maize, diary, potato and other yields, making their incomes more secure and their farms more productive". Según el estudio realizado con la colaboración de la Universidad de Kenia, con el fin de conocer el impacto del programa, la audiencia está integrada en un 81% por agricultores y en un 19% por ganaderos y aunque sólo el 39% de los oyentes afirma haber llevado a cabo cambios como consecuencia de lo

aprendido en los programas de radio, las cuestiones sobre las que más han aprendido, son las relacionadas con la cría de pollos, la la producción de leche, el uso de fertilizantes, y uso de productos químicos. (Mediae Company, 2015).

1.3.8. Empoderamiento de la mujer

Las condiciones de vida de la mujer en Africa son poco satisfactorias. Existe una importante brecha en términos de género en la población. La desigualdad es una realidad en todos los ámbitos. El informe sobre Desarrollo Humano en Africa de 2016 (PNUD, 2016) así lo revela. En los servicios sociales esa diferencia provoca que se reduzcan las oportunidades de bienestar de las mujeres. En el ámbito de la salud, tienen limitado el acceso debido a factores “como el matrimonio precoz, la violencia sexual y física, y la incidencia elevada y continuada de la mortalidad materna”. En lo que se refiere a la educación, a los obstáculos generales que se plantean a la escolarización, se suma también la desigualdad cultural de género que “suele propiciar una situación de desventaja todavía mayor en cuanto a oportunidades de aprendizaje”. En el escenario económico y laboral la disparidad entre unos y otras es la norma. En general en el continente la mujer se enfrenta a “empleos vulnerables caracterizados por una regulación laxa y una protección social escasa, debido a las diferencias que existen en la educación y a la falta de correspondencia entre las aptitudes de las mujeres y las que demanda el mercado laboral.” Por otra parte la desigualdad salarial por razón de sexo supera el 30%.

A todo esto se añaden dos circunstancias que reducen las posibilidades de la mujer. La primera tiene un origen de carácter cultural y motivado por creencias según las cuales las mujeres son las que asumen la responsabilidad del cuidado del hogar, el trabajo doméstico, A ellas, mujeres y niñas, corresponde (71% de las mujeres del África Subsahariana) la recogida de agua para el uso doméstico. Pero otro factor muy duro a encajar es el maltrato a la que la mujer está sometida, que incluye “violencia doméstica, la violencia infligida por la pareja, la violación, la mutilación genital femenina, la intimidación y otras amenazas a la seguridad de las mujeres en las situaciones de guerra y conflicto “(PNUD, 2016, p.6).

Incluso aunque se registran ciertas mejoras, no son relevantes

En términos generales, los avances efectuados en el ámbito político y del liderazgo aún están muy lejos de resultar suficientes para causar un efecto demostrable conducente al logro de la igualdad de género integral en los países africanos. Las estructuras sociales y políticas imperantes todavía limitan el potencial de las mujeres para configurar en pie de igualdad la agenda política y normativa a nivel nacional y local. (PNUD, 2016, p.6).

El empoderamiento de la mujer es una cuestión de urgencia. A los programas internacionales que se desarrollan para mover a la mujer a tomar las riendas de su vida, se suma la radio como un instrumento para lograrlo. Las mujeres constituyen buena parte de la audiencia. Además, "The beauty of radio for the female audience is that, as an affordable, portable, oral/aural medium, it overcomes many of the barriers posed by other ICTs" (Myers, 2009, p. 13). Sin embargo, en determinadas zonas, sobre todo las rurales, la mujer aún tiene ciertas dificultades para acceder a la radio ya que "Severely factors negatively affect rural women listeners, namely men's ownership and control of radio sets, women's lower levels of education, and women's higher and more constant domestic workload, which leaves them little time to devote to radio listening" (Myers, 2009, p.11).

La radio es claramente un medio para avanzar en la igualdad de género. Las instituciones, ONGs y asociaciones de ayuda a la mujer, se apoyan en ella, de un lado promoviendo la producción de programas en radio con contenido relacionado con la mujer, sus preocupaciones, problemas, así como poniendo a disposición un instrumento como la radio, está propiciando una corriente de empoderamiento de la mujer en el que la radio es el desencadenante. "The advantage of radio for female producers and managers is its relative accessibility in terms of technical specifications and its affordability in terms of initial equipment investment" (Myers, 2009, p.13).

El caso de la Liberia Women Democracy Radio ilustra muy bien este fenómeno. Su eslogan es "La voix des sans voix". Esta emisora, lanzada en 2011 y destinada a mujeres y niñas de 15 departamentos de Liberia se define

As a media tool helping to drive development and social change, LWDR gives priority to news and programming that discuss inclusive governance, anti-rape and domestic violence, reproductive health issues, education, human rights, gender and other related issues that are germane to empowering women, development and peacebuilding. (Ford, 2016).

Para su audiencia, esta emisora ha supuesto un punto de inflexión. Las mujeres se lamentan de no haber sido escuchadas por las autoridades, ni tomados en serio sus problemas hasta la aparición de la radio (Ford, 2016). Y, aunque aún les queda mucho terreno por ganar, ven el futuro con esperanza. La primera presidenta del país, Ellen Johnson-Sirleaf, aseguraba en octubre de 2016 que “Nous avons encore quelques problèmes graves au Libéria: de grave problèmes concernant le viol et le maintien des filles à l'école. J'espère qu'à travers cette station, (les autorités) seront en mesure de se concentrer sur ces problèmes”

Radio Mang'lese en Kenia es otro ejemplo, una emisora establecida en 2004, y que ha ayudado a las mujeres rurales a tratar problemas como los de la provisión de agua, y a conseguir a través de las ondas que los políticos se sensibilizaran de su situación y gestionaran la apertura de pozos más cercanos a la población. (Mano, 2011, p. 106).

1.3.9. Paz y Derechos Humanos

Los conflictos armados en África han sido una constante a lo largo de décadas y aún lo son en la actualidad. Se asocia su imagen a la de un continente violento con situaciones humanitarias desgarradoras. Esto se debe a que desde que se iniciaran las primeras acciones descolonizadoras hasta la primera mitad de la segunda década del siglo XXI, África ha sido escenario de numerosas guerras en las que han perdido la vida más de 10 millones de personas con un balance de 7 millones de refugiados y 20 de desplazados internos.

Se han producido conflictos muy significativos en todas las regiones africanas, aunque en la zona de los grandes Lagos es donde se han concentrado

algunos de los más mediáticos. Aunque cada disputa tiene “su especificidad e idiosincrasia”, el investigador Mbuyi Kabunda ofrece una relación de las causas desencadenantes más frecuentes que pueden ayudar a comprender esa realidad:

- a. las luchas para la consolidación del poder o la confiscación del mismo por un grupo determinado, tras el proceso de descolonización
- b. el carácter arbitrario y artificial de las fronteras, y por lo tanto fuentes de las disputas
- c. las rivalidades entre los Estados para la hegemonía regional, apoyando los movimientos rebeldes contra los gobiernos de los países vecinos
- d. el incremento de la exportación de armas hacia el continente
- e. la negación del carácter multiétnico o multinacional del Estado africano por los gobiernos centrales
- f. el desarrollo desigual o la modernización diferencial, practica heredera de la colonización y profundizada por las élites postcoloniales
- g. la personalización o confiscación del poder por un grupo social, étnico o confesional, dando lugar a la gestión étnica del Estado (etnocracia o etnonacionalismo),
- h. la manipulación de los integrismos étnicos y confesionales por los dirigentes por fines políticos o económicos en el período de democratización
- i. las luchas por el control de los recursos naturales en la post guerra fría, tanto por actores locales como regionales e internacionales. (Kabunda, 2011, p.73)

Todavía hoy se está asistiendo a conflictos. La agencia de la ONU para los refugiados apunta a cuatro de ellos producidos en los últimos años, y que aún no se han cerrado. Uno de ellos es el de República Centroafricana, en el que se está produciendo una guerra civil entre bandos, que ya ha generado 450.000 refugiados hacia los países limítrofes. El conflicto en Nigeria es otro de los focos de violencia en África. Empezó en 2002 en un país de gran pobreza, en el que la guerra ya ha causado más de 3.500 muertes y la huida de más de 1.200.000 personas. Sudán del Sur es escenario de una guerra civil desde 2013, que fue originada por un intento de golpe de Estado. Este conflicto es especialmente cruel con la población que está sufriendo la hambruna y violencia sexual. Como

consecuencia de esta situación se estima que más de un millón de niños sufre desnutrición aguda. Los países del entorno de Sudán del Sur, Etiopía, Uganda y Kenia, todos ellos en situación precaria, son sin embargo, los receptores de estos refugiados sudaneses. En lo que se refiere a Burundi, este país ya padeció una guerra civil que se ha extendido a lo largo de más de una década. En ese conflicto han fallecido más de 300.000 civiles y militares. Con la sombra aún de ese conflicto, en 2015 se han producido de nuevo revueltas y situaciones de violencia originadas por la negativa del Presidente de asumir la finalización de su mandato. Esta situación ha generado la salida de miles de burundeses que han huido hacia Tanzania o República del Congo (ACNUR, 2017).

De modo que aún hoy África padece esos conflictos. Así nos lo advierte ACNUR que advierte que “África es el continente donde más conflictos bélicos se producen” Asimismo sigue lamentando la situación en la que

Millones de personas, mujeres y niños en su mayoría, han tenido que huir de sus hogares y buscan refugio en otros lugares. La violencia y las guerras les han obligado a escapar a toda prisa para poner a salvo sus vidas y a dejar todo atrás. Han huido con la ropa que tenían puesta y poco más, escapando del terror y la violencia, y ahora viven en campos de refugiados donde la ayuda humanitaria se convierte en esencial para su supervivencia. (ACNUR, 2017)

En este escenario, otra de las funciones que cumple la radio en África es la de servir de instrumento para la conciliación entre pueblos. La radio se erige como una herramienta capaz de acercar a los pueblos enfrentados favoreciendo el diálogo y el conocimiento recíproco. Se la considera como una poderosa arma para la paz. De hecho, la ONU, en el marco de las misiones de paz, recurre, por resolución del propio Consejo de Seguridad, a la radio como medio sobre el que apoyarse para lograr crear un ambiente, un clima de paz a través de la palabra. Son varias las iniciativas de este tipo llevadas a cabo con ayuda de diferentes instituciones, ONGs, Agencias de cooperación internacional, etc.

Estas emisoras contribuyen a serenar la zona después del conflicto y establecer lazos de concordia. *Media for peace and human dignity* es el lema de la Fundación Hironnelle que capitanea muchas de esas iniciativas. Su misión es favorecer y facilitar a través de los medios, especialmente la radio, la información para la comprensión y el diálogo y para el entendimiento y la

reconstrucción de los países después de un episodio de violencia” (Fundación Hironnelle)

Studio Tamani en Mali es una de esas radios. “Son rôle de forum et plateforme médiatique incontournable pour rétablir les voies du dialogue et de la paix a été renforcé à travers son programme Le Grand Dialogue, diffusé chaque jour par les radio partenaires à Bamako.” (Fondation Hironnelle, 2017, p. 9). El estudio realizado por el Institute of applied Media Studies de la Haute École spécialisée de Zurich, sobre el impacto de las emisiones a lo largo del segundo semestre de 2016, revela que “...les auditeurs de Stutio Tamani sont mieux informés que ceux d’autres médias sur le conflit, qu’ils parlent davantage à la vie politique de leur pays.” Mediante esta investigación se ha logrado demostrar que “l’écoute du programme de Studio Tamani favorise chez ses auditeurs le dialogue comme solution aux conflits.”, resultado que ha alentado a la fundación Hironnelle a continuar con el proyecto.

1.3.10. Acceso a información independiente

La libertad de la prensa en los países africanos suele ser muy precaria. En cualquier caso, está vinculada al propio nivel de implantación de la democracia y la libertad del sistema político, que a su vez es abiertamente deficitario.

A tenor de los datos recogidos por Freedom House (2017), sólo se estima que hay libertad de prensa en 3 de los 48 países africanos evaluados. Se trata de Mauricio, Cabo Verde y Ghana. Se considera que la prensa es parcialmente libre - hay normas que velan por la libertad de expresión, incluso instituciones reguladoras-. Sin embargo, la realidad es otra. Es habitual que en la gestión de los medios se impongan intereses, a veces políticos y, otras, económicos... Es la situación en la que se encuentra la comunicación en la mayoría de los países africanos, donde no hay una censura abierta, pero sí acciones contrarias a la libertad de expresión. Más de la mitad de los Estados están situados en esa categoría (52.1%), mientras que el 41,6%, 20 países están entre aquellos en los que la prensa, o bien está sometida al Estado, o a los intereses indirectos del Estado.

Evidentemente entre ellos se encuentran todos aquellos en los que se ha instaurado un gobierno autoritario. En algunos casos se observa que el país ha desarrollado algunos mecanismos para garantizar la gestión adecuada de medios, sin embargo en la práctica sólo se trata de un organismo sometido al poder.

Tabla 18: Países por nivel de libertad de prensa por países

Nivel de libertad PRENSA	Países
Libre	3: Mauricio; Cabo Verde; Ghana;
Parcialmente libre	25: Botsuana; Sudáfrica; Lesoto; Namibia; Senegal; Benín; Mali, Tanzania, Malawi; Kenia; Uganda; Liberia; Madagascar; Burkina Faso; Nigeria; Mozambique; Sierra Leona; Mauritania; Níger; Comoras; Costa de Marfil; Ruanda; República del Congo; Guinea Bissau; Seychelles
No libre	20: Zambia; Togo; Angola; Guinea; Suazilandia; Zimbabue; Gambia; Yibuti; Burundi; Sudan del Sur; Sudan; Eritrea; RD Del Congo; Guinea Ecuatorial; Rep. Centroafricana; Chad; Etiopía; Gabón; Camerún, Somalia

Fuente: elaboración propia a partir de la información aportada por Freedom House (2017)

La función de la radio en cualquier país al margen de entretener y formar es informar. En África no hay garantías, en la gran mayoría de países, de que la información sea la adecuada. La radio acerca a los ciudadanos la información sobre el devenir del país en términos políticos y económicos. Lo suelen hacer principalmente las emisoras públicas y privadas comerciales. La información facilitada, y aquella a la que no se alude generan un gran recelo entre los oyentes. En muchos Estados, la radio pública ha perdido toda su credibilidad. Y en el caso de la radio privada comercial, la fiabilidad de los contenidos también está bajo

sospecha, ya que generalmente depende de la relación de la empresa con las autoridades.

Pero el medio es capaz de suplir estas deficiencias informativas. La propia radio en su modalidad de emisión en onda corta puede superar barreras como las fronteras de un país. Un oyente dotado de un transistor o radio a manivela o de energía solar, puede recibir información sobre su país, información independiente, destinada a él como audiencia, pero elaborada desde fuera de su Estado. Las radios internacionales hacen posible que en un país como Togo, un país en el que no existe libertad en los medios de comunicación, un ciudadano pueda acceder a información de su propio país en su lengua local, no intervenida por el gobierno. Puede captar emisoras internacionales como Radio France Internationale o British Broadcasting Corporation World Service, entre otras.

Un caso singular, pero muy ilustrativo es el de Short Wave Radio Africa (SWR), una emisora distribuida desde Londres hacia Zimbabwe y el resto de África. Es un ejemplo de cómo la radio en onda corta supera las restricciones de los gobiernos. Esta emisora tiene su origen en Capital Radio, una emisora privada establecida en septiembre de 2000, que rompe el monopolio de la radio pública. Pero su contenido disgusta tanto al gobierno, que seis días más tarde ésta es clausurada por considerarse radio clandestina. Se confiscan equipos y precintan las instalaciones. Meses más tarde, uno de sus cofundadores, Gerry Jackson, desde el exilio, decide lanzar una emisora por ondas cortas desde Londres con el fin de denunciar y difundir entre los zimbabuenses residentes en el país o fuera de él, los casos de abuso y corrupción de las autoridades. (Moyo, 2011, pp50-54). La radio vence las trabas de cualquier gobierno ya que recurre Ondas Cortas y Satélite eludiendo la concesión de licencias, y escapando, por lo tanto, al control de las autoridades.

1.3.11. Expresión de las confesiones religiosas

En África se puede distinguir tres situaciones en lo que respecta a las creencias religiosas de la población a la vista de los datos facilitados por el departamento de Sociología de The Association of Religion Data Archives “ de la The Pennsylvania State University¹³.

Hay países en los que se observa abiertamente una mayoría religiosa cristiana (católica y evangelista). En otros la balanza se inclina claramente hacia la confesión musulmana, mientras que en una tercera categoría detectamos una situación en la que existe cierto equilibrio entre ambos credos de modo que el margen entre una y otra no supera los 20 puntos. Sólo en muy escasas ocasiones hay un predominio de otras religiones ajenas a estas.

De los 54 países que constituyen el continente africano se puede afirmar que 23 de ellos son de confesión cristiana (católica o evangelista). Hay países cuya población cristiana se acerca o supera el 90%. Se trata de los casos de Angola, Burundi, Cabo Verde, Congo, Guinea Ecuatorial, República Democrática del Congo, Reunión, Ruanda, Santa Elena, Santon Tomás, Seychelles, Suazilandia o Zambia.

¹³ The Association of Religion Data Archives (ARDA) strives to democratize access to the best data on religion. Founded as the American Religion Data Archive in 1997 it was going online in 1998. Data included in the ARDA are submitted by the foremost religion scholars and research centers in the world. Currently housed in the Social Science Research Institute, the College of Liberal Arts, and the Department of Sociology at the Pennsylvania State University, the ARDA is funded by the Lilly Endowment, the John Templeton Foundation, Chapman University and the Pennsylvania State University.

Tabla 19: Países africanos de mayoría cristiana

	PAÍS	% de población de religión Cristiana	% de población de religión musulmana
1	Angola	93.28	1.09
2	Botsuana	68.77	0.27
3	Burundi	92.16	2.11
4	Cabo Verde	95.05	2.77
5	Congo	89.76	1.39
6	Gabón	84.52	10.22
7	Guinea Ecuatorial	88.68	4.05
8	Kenia	81.27	7.95
9	Lesoto	91.75	--
10	Malawi	79.76	13.19
11	Namibia	91.19	0.34
12	RD Congo	95.01	1.47
13	República Centro Africana	71.33	13.77
14	Reunión	87.58	4.17
15	Ruanda	91.51	4.58
16	Santa Elena	95.82	---
17	Santo Tomás	96.10	---
18	Seychelles	94.76	0.9
19	Suazilandia	87.64	0.65
20	Sudáfrica	81.99	1.72

21	Uganda	84.44	11.72
22	Zambia	85.47	1.07
23	Zimbabwe	81.76	0.73

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Association of Religion Data Archives (ARDA).

La Religión musulmana es netamente predominante en 13 de los 54 países africanos. El nivel de implantación de esta confesión es muy elevado alcanzando cotas que no dejan margen a otras creencias. Es el caso de países subsharianos Guinea, Mali, Niger, Senegal, Somalia.

Tabla 20: Países africanos de mayoría musulmana

	PAÍS	% de población de religión Cristiana	% de población de religión musulmana
1	Argelia	0.17	98.50
2	Egipto	10.09	89.09
3	Gambia	4.35	88.68
4	Guinea	3.65	84.81
5	Libia	2.7	96.63
6	Mali	3.24	87.14
7	Marruecos	0.10	99.65
8	Mauritania	0.26	99.10
9	Níger	0.35	95.41
10	Senegal	5.49	90.64
11	Somalia	----	99.75
12	Túnez	0.22	99.52
13	Yibuti	1.74	96.93

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Association of Religion Data Archives (ARDA).

Se aprecia también la presencia de otras religiones, generalmente autóctonas, africanas, que ocupan un lugar importante entre la población, superando incluso a las confesiones cristiana y musulmana. Es el caso de Guinea, Islas Mauricio y Liberia.

En escenario, la radio igualmente vuelve jugar su papel importante, en este caso como plataforma de comunicación. Como asegura Étienne Damone, *“Moyen de communication de masse et outil d’animation des communautés, elle permet de toucher les “non atteints” mais aussi les fidèles et ouvre une voie pour l’approfondissement personnel de la foi.”* (Damome, 2014, p.16). De manera que otra de las funciones que ejerce la radio se encuentra en el ámbito de las creencias, de las confesiones religiosas. Su misión, de un lado es como medio de expresión de una fe, como medio de formación en la fe reforzando su presencia en el territorio en el que se difunde. Al margen del carácter religioso se atribuye también de las radios confesionales la tarea de promover acciones orientadas al desarrollo local.

CAPITULO II. LA LIBERALIZACIÓN DE LA RADIO EN ÁFRICA

En este capítulo se estudia por un lado, el contexto político e indicadores de libertad de los países africanos, el marco internacional de desarrollo de la radio en África, así como el diseño de las autoridades independientes de la comunicación. Por otro lado, se establecen las categorías de emisoras y revisa asimismo el proceso de liberalización de la radio en el continente y la forma en la que se ha articulado el pluralismo radiofónico en los países africanos. Por último, se dibuja el paisaje general de la radio en el sistema mediático africano.

2.1. CONTEXTO POLÍTICO E INDICADORES DE LIBERTAD DE LOS PAÍSES AFRICANOS

En África, la descolonización y el proceso de democratización son eventos de gran repercusión en el desarrollo de la radio. En la actualidad también otros factores como el nivel de libertad tanto en los sistemas electorales como en la prensa inciden asimismo en la fisonomía del sector radiofónico.

2.1.1. De la descolonización al proceso de democratización

La descolonización es uno de los principales eventos del África contemporánea. La mayoría de procesos, en unos casos violentos y en otros en forma de transición serena, coinciden en el tiempo y culminan a principios de la década de los 60. Las colonias estaban adscritas a cuatro principales potencias, Francia, Gran Bretaña, Bélgica (Díez, 1964, p.69) y Portugal

El país galo es el de mayor presencia en África, al contar con 15 colonias: Camerún, Guinea, Costa de Marfil, República Malgache, Senegal, Togo, República de Malgache, Senegal, Togo, República del África Central, Chad, Congo, Dahomey, Gabon, Malí, Mauritania, Níger, Alto Volta. Gran Bretaña se había extendido a Ghana, Nigeria, Sierra Leona, Somalia, Tanganika. Y, por su parte,

Portugal había abarcado Mozambique, Angola, Sao Tomé y Príncipe, Cabo Verde, Guinea Bissau, Angola. El Congo era colonia belga.

La liberación de los países africanos da paso a la constitución de la Organización de Unidad Africana, cuya "Charter of the Organization of African Unity", suscrita por los jefes de Estado, es ratificada el 25 de mayo de 1963. El texto está impregnado de buenos propósitos, "... that it is the inalienable right of all people to control their own destiny", y el convencimiento "... of the fact that freedom, equality, justice and dignity are essential objectives for the achievement of the legitimate aspirations of the African peoples"

Los objetivos de la Organización, se exponen en el Art.II del texto en los siguientes términos:

- a. to promote the unity and solidarity of African States
- b. to coordinate and intensify their cooperation and efforts to achieve a better life for the peoples of Africa
- c. to defend their sovereignty, their territorial integrity and independence
- d. to eradicate all forms of colonialism from Africa, and
- e. to promote international cooperation, having due regard to the Charter of the United Nations and the Universal Declaration of Human Rights.

La Organización de Unidad africana tiene, sin embargo, que enfrentarse a lo largo de las décadas siguientes a situaciones complejas marcadas en muchos casos, por una falta de entendimiento tanto dentro de los países, como en el seno de la institución.

Una vez alcanzada la independencia, se produce una situación no esperada por la población africana. Brahiman Saganogo la describe así:

Si en África los demócratas pro-independentistas reclamaron la autonomía nacional ante la metrópoli colonizadora, cabe anotar que al obtenerla, la euforia duró poco ya que los nuevos Estados africanos todavía aprendices de las

democracias europeas, fueron desde el comienzo de su respectivo ejercicio del poder, cometiendo errores de administración del mismo poder amenazando o traicionando los valores fundamentales de la democracia. (Saganogo, 2012)

Se inicia en estas circunstancias una etapa de gran decepción entre los africanos ya que asisten a la conversión de sus líderes. Pasan de luchar por la libertad ante los colonos a opresores de su propio pueblo.

...los llamados “Padres de la independencia” ya presidentes, se negaron a compartir el poder. De ahí que la democracia va cediendo paso al fenómeno conocido como unipartidismo, y aún a nivel social, al tribalismo, nepotismo, despotismo, etnicismo, unilateralismo, totalitarismo, fascismo y entre otros ismos, y dictadura. (Saganogo, 2012).

A finales de la década de los 90 se produce una reacción contra los gobiernos surgidos de la imposición, la violencia y la represión contra los partidos de la oposición. Se cuestionan esos ejecutivos autoproclamados democráticos.

Desde instancias internacionales y panafricanas se apela a la necesidad de llevar a cabo una transición hacia la democracia de esos países que no habían llegado a ganarla después de su liberación. Por un lado, las organizaciones no gubernamentales y los países cooperantes, empiezan a exigir una apertura democrática como condición para seguir ayudando económica y técnicamente a esos países. También lo hace organismos internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional. (García, 2005, p.50). Y, por otro, desde el propio continente, la Organización para la Unidad Africana (OUA) determina excluir de este foro internacional a aquellos países cuyos jefes de Estado habían accedido por la fuerza.

Esta decisión se plasma en julio de 2000 en el Acta de Constitución de la Unión Africana en la que se transforma la OUA. Bajo el titulado Suspensión, se dispone que “ Les gouvernements qui accèdent au pouvoir par des moyens

anticonstitutionnels ne sont pas permis à participer aux activités de l'Union" (Art.30)

De modo que, para finales de los 90 y principios de 2000, las presiones logran cierta corriente democratizadora, que no siempre se materializa de forma afortunada. Se inicia así un periodo en el que los cambios hacia la democracia se quedan, en la mayoría de los casos, en meros efectos estéticos. Si bien se responde a las exigencias del entorno internacional, esos gestos no se generan en ningún caso por convencimiento de las autoridades. De manera que, con este clima de intenciones, se entiende que autores como Brahiman Saganogo califiquen esta etapa como "democracia de papel". La razón es que la democracia no queda garantizada de ninguna manera, a pesar de "la puesta en práctica de instituciones democráticas, como el multipartidismo, la conferencia nacional, la consulta popular, la política de de-centralización, la alternancia política , la existencia de una Asamblea altamente multipartidista, y garante del poder legislativo, el consejo electoral independiente y el poder judicial autónomo..." . (Saganogo, 2012)

Richard Joseph, citado por García Rojas, utiliza con los mismos argumentos otro calificativo muy similar, el de "democracias virtuales", ya que, según él, las elecciones convocadas sólo "sirven a efectos de respetabilidad internacional".(Joseph, 1998 en García, 2005,p.48). De modo que, el hecho de que se desarrollen ciertas instancias aparentemente democráticas en los países africanos, en muy pocos implica haber alcanzado un régimen democrático real. Entre otras razones porque en muchos casos, estos procesos además, se han visto entorpecidos por hostilidades de todo tipo (étnicos, regionales, religiosos, por ambición personal). (Saganogo, 2012)

2.1.2. Indicadores de libertad política en África

Los datos arrojados por los estudios elaborados por Freedom House¹⁴(2017), en los que se indica el nivel de libertad tanto en los sistemas electorales como en la prensa, no invitan a pensar que la implantación de la democracia en el continente, vaya a ser una realidad a corto plazo.

De un conjunto de 48 países analizados, se consideran libres los sistemas electorales de 8 Estados, mientras que otros 20 lo son sólo parcialmente, y en esa misma proporción se sitúa la cifra de los países cuyos procedimientos de elección no se consideran libres. Se observa, por lo tanto que sólo un 16'6% de países cuenta con gobiernos elegidos de forma democrática. Se trata de naciones que han articulado su sistema electoral de forma correcta. Se caracterizan por gozar de "largas experiencias de régimen multipartidista y son quizás las únicas democracias consolidadas de África" (Van de Valle, 2004, p.181). Disponen asimismo de sistemas judicial y legislativo dispuesto a enfrentarse al ejecutivo en caso necesario.

Tabla 21: países dotados de sistema electoral libre

Total	Países
8	Mauricio; Botsuana; Cabo Verde; Sudáfrica; Ghana; Namibia; Senegal; Benin

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Van de Valle, 2004, p.181

En lo que se refiere al extremo opuesto, representado por el 41.6% de los países africanos estudiados, Nikolas Van de Valle no duda en calificarlos de gobiernos abiertamente autoritarios, y destaca de ellos su negativa a contar con oposición política. En estos países la situación se caracteriza por el hecho de que

¹⁴ Freedom House is an independent watchdog organization dedicated to the expansion of freedom and democracy around the world. We analyze the challenges to freedom, advocate for greater political rights and civil liberties, and support frontline activists to defend human rights and promote democratic change. Founded in 1941, Freedom House was the first American organization to champion the advancement of freedom globally. En <https://freedomhouse.org/regions/sub-saharan-africa>

“El partido del presidente se beneficia de una terrible demarcación arbitraria de distritos electorales, manipulación del registro electoral y monopolio del cubrimiento de televisión y radio”. (Van de VALle, 2004, p.182). Además, generalmente el poder judicial carece de autoridad, y un poder legislativo está controlado por el poder ejecutivo. Pero además, tanto el presidente como su equipo se suelen situar por encima de toda ley.

Tabla 22: Países dotados de sistema electoral no libre

Total	Países
20	Uganda; Mauritania; Etiopía; Gabón; Camerún; Angola; Suazilandia; Ruanda; Gambia; Rep. Congo; Yibuti; Burundi; Sudán del Sur, Sudán; Eritrea; RD Congo; Guinea Ecuatorial; R Centroafricana; Chad, Somalia

Fuente: Elaboracion Propia de datos de Van de VALle, 2004, p.182

Por último y en una situación intermedia se encuentra otro 41.6% de los Estados trabajados por Freedom House. Están dotados de sistemas generalmente multipartidistas pero, como sostiene Van del Valle, no encajan “...con facilidad a la categoría de democracia madura ni a la de autocracia electoral”. (Van de VALle, 2004, p.182) Son países que, aunque caen en el clientelismo, sin embargo evitan los excesos a los que han asistido en el pasado.

Tabla 23: países dotados de sistema electoral parcialmente libre

Total	Países
20	Lesoto; Zambia; Mali; Tanzania; Malauí; Kenia; Liberia; Madagascar; Burkina Faso; Nigeria; Mozambique; Sierra Leona; Níger; Comoras; Togo; Costa de Marfil; Guinea; Zimbabue; Guinea Bissau; Seychelles

Fuente: Elaboracion propia a partir de datos de Van de VALle, 2004, p.182

En cualquier caso, hay una situación muy común y extendida entre los países africanos, incluso los aparentemente democráticos, “el poder yace con el presidente y un círculo pequeño del gobierno, quienes usan los recursos del Estado para mantener el apoyo de grandes redes de clientes políticos”. (Van del Valle p.183)

A pesar de todo lo expuesto, el investigador del Centre for International Affairs (CIDOB), Oscar Mateos, alberga ciertas esperanzas ya que considera que en África se está asistiendo en la segunda década del siglo XXI a un movimiento de “efervescencia democrática alrededor de una sociedad que se organiza y que es cada vez más joven y urbana y alfabetizada.” (Europapress, 2017)

Para el investigador, la situación de algunos países es aún preocupante, y en otros, es muy preocupante. Entre los primeros, Marcos señala los siguientes Estados: Angola, un país en el que su Presidente, Eduardo Dos Santos, se ha perpetuado en el poder en el que se encuentra desde hace 38 años. Durante ese tiempo ha ganado las tres elecciones presidenciales; Zimbabe donde Robert Mugabe, que lleva 30 años en la presidencia, ha suprimido la figura del primer ministro para poder acaparar más poder político. Los comicios en los que ha participado han estado rodeados de sospechas de fraude; y Sudáfrica, un país en el que no ha habido alternancia en el gobierno desde que el Congreso Africano ganara las elecciones en 1994. Desde hace unos años se viene acumulando descontento en la población, motivado por las acusaciones de corrupción.

Pero especialmente crítica, en términos de democracia, es la situación de los diez países que Marcos destaca entre aquellos en los que la democracia es solo una ilusión.

1. Guinea Ecuatorial. Su Presidente, Teodoro Obiang, que accede tras un golpe de Estado al gobierno, sigue aferrado al poder. Ha participado y ganado con el 100% de votos en 6 elecciones presidenciales entre 1982 y 2016. Si bien es uno de los países más ricos en petróleo, es el que registra mayores niveles de pobreza

2. El Congo. El presidente Denis Sassou Nguesso lleva 33 años de gobierno en el que en una primera etapa se ha mantenido mediante sucesivos golpes de estado, y en una segunda, ganando en las urnas las elecciones desde 2002 hasta la fecha.
3. República democrática del Congo. El Presidente Joseph Kabila asciende al poder después de la guerra civil de cuatro años en la que queda inmerso el país después del asesinato del Presidente anterior. Es elegido en 2006 y reelegido en elecciones entre acusaciones de fraude y aunque su último mandato finalizaba en 2016, lo ha prorrogado.
4. Sudán. Omar Hasan al Bashir es su presidente. Un golpe de estado lo sube al poder y la victoria de sucesivas elecciones, lo mantiene. La represión contra los miembros de los partidos de la oposición es algo común en el país.
5. Eritrea. Su presidente Isaias Afewerki accede al gobierno con la independencia del país. Desde entonces se encuentra instalado en el poder, lleva ya 24 años, en un país en el que no existen partidos políticos ni se celebran elecciones.
6. Etiopía. El Frente Democrático Revolucionario del Pueblo etíope es el ganador de las elecciones de 1991. Desde entonces se mantiene bajo un estilo de represión en el que no se permite la creación de partidos de la oposición y se llega incluso a la ejecución como medida de control.
7. Uganda. El presidente es Yoweri Museveni, que lleva gobernando desde 1986, año en el que gana los primeros comicios. Ha logrado asimismo la victoria de otras cuatro convocatorias, con métodos dudosos. No permite actos públicos, para impedir el desarrollo de movimientos de oposición y ha eliminado la limitación de mandato.
8. Ruanda. Paul Kagame es el presidente de Ruanda desde el año 2000. Se ha presentado a las elecciones posteriores, que ha ganado ampliamente. Ha

logrado suprimir las restricciones para poder mantenerse en el gobierno hasta 2034.

9. Burundi. Pierre Nkurunziza ha ganado los comicios de 2015, ignorando las limitaciones de mandato establecidas en la Constitución. Esto ha generado una seria protesta de la población que incluye un fallido golpe de Estado, una situación que ha sido controlada por el gobierno.
10. Camerún. El acceso de Paul Biya al gobierno se produce en 1982, cuando el presidente anterior renuncia al cargo, y, desde entonces, ha logrado imponerse de forma muy holgada en los diferentes comicios, a pesar de las denuncias de fraude. Como la mayoría de jefes de gobierno africanos, este también ha logrado suprimir los límites a los mandatos. (Marcos.....)

En esta exposición de los casos a ...2017 , se observan varios elementos comunes. Uno de ellos es que los métodos de acceso al gobierno, que inicialmente están marcados por el golpe o la guerra se intentan reconducir generalmente hacia una convocatoria de elecciones. Por otra parte, esos comicios son ganados en todos los casos por una muy amplia mayoría, cuando no, por el 100% de los electores. Asimismo, los resultados siempre generan desconfianza y son denunciados por fraude tanto por parte de la oposición, como por observadores internacionales. Por último otra constante de este tipo de gobiernos es el deseo de sus mandatarios de perpetuarse en el gobierno, lo que les lleva a modificar la Constitución del país, o simplemente, no respetarla, una situación que provoca protestas de los ciudadanos, que suelen ser duramente reprimidas.

2.2. MARCO INTERNACIONAL DE DESARROLLO DE LA RADIO EN ÁFRICA

A la vista del comportamiento de buena parte de los gobiernos de los países africanos, que no invita a pensar que sean ejemplares en materia de comunicación, así como de los movimientos ejercidos por algunas potencias

internacionales, instituciones mundiales como la Unesco o africanas, como Organización de la Unión Africana /Unión Africana, o Ongs, deciden realizar propuestas a los Estados para guiar el rumbo de unas políticas de comunicación adecuadas a su condición de países en desarrollo.

2.2.1. Aportaciones de la UNESCO

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Comunicación es la institución más activa y comprometida con el desarrollo de un sistema mediático apropiado.

- (Unesco 1987) El informe Mac Bride.

La primera intervención de la UNESCO en este ámbito se materializa en forma de trabajo encargado a la Comisión Internacional para el Estudio de los problemas de la comunicación, y coordinado por Sean Mac Bride. La publicación en 1980 de "Un sólo mundo, voces múltiples" no sólo "va suposar el primer gran qüestionament del sistema de comunicacò internacional, regit pels fluxos unidireccionals Nord-Sud." (Fernández, 2005, p 111), sino que también va a servir como guía de actuación en materia de desarrollo de la comunicación para los gobiernos de los países en desarrollo.

El equipo redactor del trabajo, integrado por dieciséis expertos de diferentes procedencias y áreas de conocimiento, tiene como primera misión realizar un diagnóstico sobre la situación mundial de la comunicación. Su primer objetivo es identificar las deficiencias internas de los sistemas de información, esencialmente en los países en desarrollo, así como los desequilibrios de los flujos comunicativos resultantes como consecuencia del aprovechamiento de esta situación por parte de los países dominantes. El segundo propósito es ofrecer una serie de recomendaciones con el ánimo de que los gobiernos reflexionen sobre ellas y las apliquen en su territorio, propiciando así una reorientación del orden de la comunicación en el mundo. De ahí que los principales destinatarios de este

trabajo sean los agentes y responsables implicados en los en el desarrollo de la comunicación en sus países.

Una vez realizado el análisis de la situación de la comunicación, la UNESCO propone en relación con el objeto de estudio de esta tesis, diferentes recomendaciones. En primer lugar los expertos llaman la atención sobre la necesidad de trazar "... políticas de comunicación integrales, ligadas a las metas sociales, culturales, económicas y políticas generales." (Fernández, 2005, p.211). En este sentido la comunicación debe contemplarse además, como "... un importante recurso del desarrollo, un vehículo para asegurar la participación política real en la toma de decisiones" (Fernández, 2005, p.218). Las políticas de comunicación y las de desarrollo están, por lo tanto, estrechamente unidas.

Inciendo en el componente de desarrollo, se plantea la necesidad de apoyar desde las instituciones programas "para la movilización de las iniciativas y la provisión de la información requerida para la acción en todos los campos de desarrollo: agricultura, salud, planeación familiar, educación, religión, industria, etc...." (R11).

El medio apropiado para su difusión es el radiofónico, "En los países en desarrollo, la radio es el único medio de comunicación que puede llamarse propiamente medio masivo; es un conducto fácil y económico para llegar a regiones remotas." (...). Es capaz de adaptarse a la pluralidad lingüística, no sólo es fácil de descodificar sino que puede ser vehículo de alfabetización. Es un canal de comunicación que puede más fácilmente vencer los obstáculos geográficos, y es un medio cuyo receptor para captarlo no requiere de un importante desembolso económico.

Ya en el ámbito audiovisual, desde la Unesco se considera imprescindible un reparto equitativo del espacio radioeléctrico en tanto que recurso natural limitado. Es uno de los fundamentos unas políticas de comunicación justas.

Otra de las orientaciones aconsejadas es la oportunidad de “otorgar preferencia a formas no comerciales de comunicación informativa. Es decir, promover medios sin ánimo de lucro.” Entre los diferentes medios se apunta prioritariamente a la radio local.

Por otra parte, se alienta a los responsables en comunicación a dictar normas orientadas a reducir la dependencia del mercado por parte de los medios comerciales, así como a revisar

...las posibles modificaciones del papel relativo del volumen de la publicidad y sus políticas de precios, las contribuciones voluntarias, los subsidios, los impuestos, los incentivos y apoyos financieros para fortalecer la función social de los medios de información y mejorar su servicio a la comunidad. Deberán considerarse los cambios. (R32)

Se apunta también a que la dotación de profesionales cualificados para ejercer la gestión de los medios exige implicación de las autoridades en el desarrollo de programas de formación para personal de todas las áreas de la producción y gestión de los medios. La finalidad última es tener capacidad de producción de contenidos con el fin de evitar, sobre todo en la radiodifusión, la dependencia de organizaciones internacionales a través de los programas de intercambio (R9 y 10).

En cuanto a los contenidos, los expertos animan a que las políticas de comunicación promuevan, como medida para reforzar el respeto a la diversidad: la difusión de la cultura local, la promoción de los artistas creativos y el uso de lenguas autóctonas. Por otra parte, sugieren que las autoridades deberían plantearse incluir los objetivos educativos en las políticas de comunicación de tal forma que “ Un objetivo primordial deberá ser el de poner la educación elemental al alcance de todos y eliminar el analfabetismo, complementando los sistemas de escolaridad formales con la educación informal y el enriquecimiento dentro de estructuras apropiadas para el aprendizaje continuo y a distancia (mediante la radio, la televisión y el correo) (R3)

- Unesco (2005) Informe mundial de la Unesco Hacia las sociedades del conocimiento. Paris: Unesco

Veinticinco años después de la publicación del Informe Mac Bride, la Unesco da a conocer el “Informe mundial. Hacia las sociedades del conocimiento”. Aunque el contexto de la comunicación es diferente, y está muy marcado por la emergencia de Internet. En este trabajo se ofrece un análisis muy realista de la situación de la comunicación en África, insistiendo en la importancia de un medio tradicional como la radio y desmontando la relevancia de la red de redes en el entorno de este continente africano, o simplemente incidiendo en la amplitud de la brecha digital entre el Norte y el Sur.

De modo que la Unesco, con sentido común y lógica, plantea que:

Al igual que las nuevas tecnologías, la electricidad y las ondas radiofónicas pueden contribuir a la construcción de las sociedades del conocimiento. Es probable que en el caso de África, continente de la “oralidad” por excelencia, la radio siga siendo durante mucho tiempo el medio de información y comunicación más extendido, y no sólo exclusivamente entre las poblaciones analfabetas. Por eso, incluso en la era de Internet y las nuevas tecnologías, es importante apoyar la creación de emisoras de radios rurales y comunitarias. Gracias a la radio –y no a Internet– muchas comunidades pobres y aisladas pueden ofrecer a sus miembros, y en especial a las mujeres, la posibilidad de hacerse oír, de participar en la vida política y de acceder a un cúmulo considerable de informaciones y conocimientos especialmente útiles para la vida cotidiana. (Unesco, 2005, p.38).

En este estudio no se renuncia al uso de Internet aunque se da prioridad a la radio y al teléfono móvil como formas de acceso a la información más alcanzables. En este sentido se alienta a la combinación de las tecnologías tradicionales y las nuevas cuando sea posible.

2.2.2. Declaraciones de los países africanos

Desde el escenario africano se intenta guiar, asimismo, las políticas de comunicación de los Estados buscando el compromiso de sus mandatarios. Hay dos iniciativas reseñables con este objetivo, una de la Unión Africana y la otra de la Unesco.

.Déclaration de principes sur la liberté d'Expression en Afrique

Esta declaración firmada en octubre de 2002 en Banjul en Gambia, emana de la Comisión que se ocupa de derechos del hombre y de los pueblos en el seno de la Unión Africana. Este documento sienta las bases de la democratización de la radiodifusión deseable en los países del entorno africano en aplicación del contenido de la Charte Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples en cuyo artículo 9, expone que "1. Toute personne a droit à l'information. 2. Toute personne a le droit d'exprimer et de diffuser ses opinions dans le cadre des lois et règlements." Su misión es ofrecer un marco para construir sistemas de comunicación basados en la libre circulación de las informaciones y las ideas, así como el respeto a la libertad de expresión (Préambule)

En este texto se parte de la importancia que, para la sociedad africana, tienen los medios de comunicación, y en particular la radio de la que valora "...sa capacité à atteindre un large public du fait de son coût de transmission relativement faible et de son aptitude à surmonter les barrières de l'analphabétisme", y que se suma a su virtud de adaptarse como medio a las "...traditions orales qui sont enracinées dans les cultures africaines...". (Préambule)

A través del articulado de la Declaración es posible extraer el modelo de políticas de comunicación en materia de radiodifusión, así como la estructura del sector que se propone para los Estados africanos. En primer lugar, se aboga por un escenario en el que, en aras de la libertad de expresión, se renuncie al monopolio del Estado sobre la radiodifusión, aunque se defiende la presencia de entes de servicio público, y se promueva "...un secteur...privé, indépendant et diversifié".

Respecto a la iniciativa pública, se insta a los estados a que "Tous les organismes de radiodiffusion-télévision contrôlés par l'Etat et le gouvernement doivent être transformés en organismes de radiodiffusion-télévision de service public devant rendre des comptes au public par le biais du corps législatif et non au gouvernement..." (VI)

El diseño de servicio público de radiodifusión contempla la presencia de un Consejo de Administración que contribuya a garantizar la independencia

editorial de los órganos públicos. La finalidad es protegerlos de posibles injerencias políticas, por lo que también se determina la necesidad de dotarlos de una vía de financiación segura y suficiente. Por último, y en materia de contenido se establece que “la mission de service public des organismes de radiodiffusion-télévision publique doit être clairement définie et inclure une obligation de garantir que le public reçoive des informations adéquates, politiquement équilibrées, surtout en période électorale” (VI)

En lo que se refiere a la radiodifusión de iniciativa privada, se opta por un sistema privado en el que se dé cabida tanto a proyectos comerciales, como a los comunitarios. Y en este sentido, se reclama equilibrio en el reparto de las frecuencias entre estos dos subsistemas radiofónicos, aunque se inclina abiertamente por medios de participación ciudadana. Se establece que “la radiodiffusion-télévision communautaire doit être encouragée, compte tenu de son aptitude à élargir l'accès des communautés pauvres et rurales aux ondes.” (V)

El paradigma de sistema radiofónico que se propone no se puede alcanzar a menos que intervenga la figura del órgano de regulación de la radio. Este gestor constituye una pieza clave en la construcción del sector siempre que sea independiente y esté fuera de la influencia de los poderes político y económico. De modo que no sólo se propone su creación, sino también su diseño. “la procédure de nomination des membres d'un organe de régulation doit être ouverte, transparente, prendre en compte la participation de la société civile et ne doit pas être contrôlée par un parti politique donné”

- Charte africaine sur la radiotélédiffusion

La Charte Africaine de Radiodiffusion, promovida por la Unesco, se adopta por parte de los ministros africanos en mayo de 2001. Este documento se presenta como marco de referencia en el proceso de instauración de la independencia y pluralismo de los medios audiovisuales en los Estados africanos. En el texto se parte de la afirmación de que la importancia de alcanzar una comunicación audiovisual se debe, de un lado, al hecho de que “pour l'immense majorité des populations africaines la radiodiffusion demeure la principale source de communication et d'information publiques” y, de otro, a la preocupación que genera otro hecho, el de que “le spectre de fréquences est un bien public qu'il convient de gérer dans l'intérêt du public”.

En la Carta se estructura el sector audiovisual como un "... système tripartite de la radiotélédiffusion service public, opérateurs commerciaux et opérateurs communautaires". (1 première partie). Se responsabiliza a los poderes públicos del desarrollo de políticas en materia de radiodifusión y telecomunicaciones. Y en lo que se refiere al proceso de atribución de frecuencias, se apunta a la necesidad de que éste sea transparente y equilibrado en el reparto. En este sentido, la Carta sostiene que " Les fréquences attribuées à la radiotélédiffusion devraient être réparties équitablement entre les trois opérateurs." Corresponde asimismo a los Estados, garantizar la independencia de los medios públicos. Y en lo que respecta a los contenidos, se anima a favorecer el desarrollo de producción independiente e incluso fijar unas cuotas de este tipo de contenidos a los operadores públicos con el fin de dinamizar la industria.

Por otra parte, se sugiere hacer accesible las infraestructuras públicas de difusión de señal, a un precio moderado a todos los operadores con el propósito de animar al desarrollo de proyectos de medios audiovisuales tanto comerciales como comunitarios. (Punto 7 parte II).

Respecto a estos últimos, la Carta se detiene especialmente en ellos definiéndolos en los siguientes términos "La radiotélédiffusion communautaire s'adresse à la communauté, est un produit de la communauté, et porte sur la communauté, sa propriété et sa gestion sont représentatives de la communauté, qui suit un programme de développement social et est un entreprise à but non lucratif". En el apartado dedicado a esta modalidad de operadores, se insiste en la necesidad de no confundir la radiotelevisión pública descentralizada de la comunitaria.

En la última parte de la Carta, la Unesco se dirige a las agentes implicados en la ejecución de su contenido, en los siguientes términos "Les organisations de médias et la Société civile d'Afrique sont encouragés à utiliser la Charte comme moyen de pression et comme point de départ de l'élaboration de politiques nationales et régionales en matière de radiotélédiffusion."

2.2.3. Propuestas de las ONGS

La ONG, Article 19, ha contribuido también con un documento de carácter orientativo en el diseño de políticas de comunicación.

- L'accès aux ondes: les principes de la liberté d'expression et la réglementation de la radiotélévision.

Otro de los documentos que pretenden marcar las pautas a seguir en los países aún pendientes de emprender una liberalización completa de las ondas hertzianas, es el difundido por ARTICLE 19¹⁵, una organización no gubernamental cuya misión es “ la promotion, la protection et le développement de la liberté d'expression, y compris l'accès à l'information et aux moyens de communication”. Esta entidad se ocupa del “ renforcement des cadres juridiques, institutionnels et politiques pour la liberté d'expression et par l'accès à l'information aux niveaux mondial, régional et national, y compris par le développement de normes juridiques de référence”.

En este documento, difundido 2002, se ofrece una serie de principios destinados a sentar las bases para el desarrollo de “ un ensemble de normes relatives à la manière de promouvoir et de protéger un audiovisuel indépendant, tout en veillant à ce qu'elles servent l'intérêt général.” Esta propuesta es fruto de estudios internacionales realizados por expertos de la organización.

En lo que afecta directamente a la liberalización del medio radiofónico, desde Article 19 se recomienda la ejecución de un plan de distribución de frecuencias que debería “... garantir la distribution équitable des fréquences, dans l'intérêt général, et parmi les trois types d'opérateurs (public, commercial, et communautaire), les deux types d'organismes (radio et télévision) et les

¹⁵ Article 19, adopta el nombre y mandato del artículo de la Declaración de los Derechos Humanos que hace referencia “Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression...” : <https://www.article19.org/resources.php/resource/2633/fr/1%E2%80%99acc%C3%A9s-aux-ondes>

organismes de différente couverture géographique (nationale, régionale et locale)“(principio 9.3).

Asimismo se recomienda la creación de un órgano de regulación en materia de comunicación audiovisual y telecomunicaciones. Ese órgano debería ser el encargado de trazar las políticas de desarrollo de estos sectores. Dada su relevancia, incluso se estima oportuno que la creación de este órgano figure en la propia Constitución del país, y sus objetivos establecidos por Ley. Garantizar la independencia de esta instancia por todos los medios es otro de los aspectos en los que se hace especial hincapié.

En lo que se refiere al otorgamiento de licencias de explotación del espectro radioeléctrico, aunque sería recomendable que estuviera atribuido al órgano regulador independiente, si no fuera así, por lo menos éste debería supervisarlos.

Una de las cuestiones en las que los redactores de los principios se muestran intransigentes es en la prohibición del acceso a una licencia por parte de los partidos políticos. Por lo demás, se considera que

.., il ne devrait pas être exigé les demandeurs d’avoir une forme juridique particulière, telle que la constitution en société commerciale. Aucune interdiction générale de recevoir des licences ne devrait non plus s’appliquer à certains types de demandeurs comme les organismes religieux. L’organe de régulation devrait plutôt avoir le pouvoir d’octroyer des licences au cas par cas.

En cuanto al procedimiento de concesión, se plantea la posibilidad o bien de solicitud de frecuencias por parte de los operadores a la institución correspondiente, o bien la convocatoria de concurso público, opción que se recomienda.

La asignación de frecuencia va acompañada de la licencia de explotación que habilita al operador para emprender su actividad. (Principio 21)

En cuanto a las condiciones que se exigen a los solicitantes de licencia, se recomienda que sean muy claras y coherentes con la naturaleza de la actividad que se debe desarrollar, incluido el precio de los trámites y uso de la frecuencia, ya que un coste elevado podría frenar las aspiraciones de los interesados. En cuanto a la duración de la licencia, se apunta a un periodo suficiente para que el

operador pueda desarrollar de forma completa el proyecto y debería variar en función del tipo de operador y organismo (radio o televisión) (principio 22)

2.3. CATEGORÍAS DE EMISORAS EN EL CONTEXTO AFRICANO

En el escenario africano, no hay una única taxonomía de emisoras. Hay tantas clasificaciones como entidades que las estudian o las aplican. A continuación se exponen las distintas modalidades de emisoras contempladas en África, de un lado, las que proceden de la perspectiva de la investigación, y de otro, las que se infieren de los textos legales de diferentes países. En cualquier caso, existe una gran dificultad en ofrecer una ordenación o clasificación de emisoras dada la amplitud de la casuística.

2.3.1 Clasificación de radios según la investigación científica

La investigación arroja sus propias clasificaciones. Es el caso de las que se observan en los trabajos del Instituto Panos y las propuestas por el investigador, A.J Tudesq.

Instituto Panos

Los estudiosos del Institut Panos Paris, conocedores de la fisonomía de la radio en África ofrecen una categorización en la que distinguen dos tipos de emisoras, las públicas y las privadas. La primera modalidad está integrada por emisoras de las que se señala su tradicional carácter como órgano de propaganda al servicio del gobierno de turno. Entre ellas se distinguen dos tipos de radios: las de gestión pública y las de gestión mixta.

Respecto a la gestión pública, los expertos señalan que

Le statut juridique de ces radios varie d'un pays à l'autre, allant d'un simple service administratif du ministère de l'Information à celui d'Établissement public à caractère industriel et commercial. Ce régime est fonction du degré d'autonomie que le

pouvoir politique en place veut bien accorder à la radio. (Instituto Panos, 2005, p.21)

Estas emisoras pueden ser de ámbito nacional o regional.

El otro tipo de emisoras abarcadas entre las públicas son las denominadas radios rurales. Estos canales " sont censées être l'oeuvre des communautés et bénéficient simplement des appuis de l'État et des partenaires au développement". De forma que su régimen jurídico es mixto en la medida en la que si bien su iniciativa procede de los poderes públicos, su gestión se delega a las comunidades.

Por lo que se refiere a las emisoras privadas, el Instituto Panos distingue en el seno de esta tipología tres modalidades de entes en función de los objetivos que persiguen. De entrada, se diferencian aquellas radios con ánimo de lucro, de las que no lo tienen.

Entre estas "... on trouve essentiellement les radios commerciales.il faut entendre la radio dont le but ou la finalité est de réaliser des profits...Celle ci tire l'essentiel de ses ressources de la publicité." (Institut Panos, 2005, p.22)

En cuanto a las que no se mueven por una motivación económica, se enumeran tres tipos: las comunitarias, asociativas y confesionales. Curiosamente, el Instituto Panos hace una distinción entre radios comunitarias y radios asociativas, una diferencia que no siempre se encuentra en la práctica. Define la primera categoría como la de las radios gestionadas de forma colectiva y propiedad de una comunidad, entendiéndose como tal "un groupe de personnes ou une collectivité partageant des caractéristiques et des intérêts communs" (AMARC,...). Por radios asociativas, "...on désigne la radio dont la propriété et la gestion appartiennent à une association. La mission, les objectifs et les programmes de la radio doivent être conformes ou, tout au moins, refléter la finalité organisationnelle de l'association." (Institut Panos, 2005, p.22). Y por último, en el marco de las radios privadas, se sitúa la radio confesional " dont la mission principale est de propager la doctrine et les messages provenant d'une confession religieuse". Sin embargo, aunque su principal objetivo gira en torno a su fe, a la vista del comportamiento de estas emisoras, el Institut Panos advierte

de que su contenido no es exclusivamente religioso sino que se inclina también por materias relacionadas con el desarrollo de manera que “Certaines de ces radios confessionnelles sont très nettement orientées vers le développement et sont de vrais radios communautaires.”

En la taxonomía ofrecida por este grupo de investigación no se alude a las emisoras internacionales, presentes en muchos países. No se las incluye de forma explícita en ninguna modalidad.

André-Jean Tudesq

El profesor Tudesq establece, a tenor de sus investigaciones, cuatro tipos de radio que considera, más extendidos en los territorios africanos. La primera modalidad es la de las radios públicas. Estas emisoras, que están presentes en todos los países, tienen como particularidad la posibilidad de ofrecer una cobertura completa abarcando todo el país. En el marco de esta categoría, también se citan las radios locales públicas.

Un segundo tipo de radios es el de las privadas comerciales, entre las que distinguen aquellas que están relacionadas con empresas editoriales o que se presentan como una filial de un grupo de comunicación, y esas otras que son iniciativa de cualquier otro tipo de empresa, no necesariamente relacionada con la comunicación. En cuanto a su contenido, hace mención a las emisoras comerciales que prestan una gran atención a la información, como eje de su programación, y esas otras movidas por el único objetivo de entretener.

Tudesq incluye en la etiqueta “les autres radios privées” tanto las asociativas, como las comunitarias o religiosas, que define de forma global como como radios locales o rurales, por tener en común una misión orientada a promover el desarrollo de los territorios.

La cuarta modalidad de radio se atribuye a las emisoras internacionales, que difunden su señal por onda corta, y que “depuis quelques années ont reçu des licences de plusieurs États pour diffuser en FM dans les capitales puis dans

d'autres villes africaines" (Tudesq, 2002, p.207). Se trata de canales cuyos operadores son empresas de radiodifusión procedentes de Francia, Reino Unido, Alemania o EEUU, y cuya difusión se extiende a diferentes países africanos.

2.3.2 Clasificación de emisoras por países

Más allá de las aportaciones del ámbito de investigación especializada en la comunicación en África, se observa que la tipificación de las emisoras varía según el país del que se trate. A continuación se examinan las categorías contempladas en algunos Estados.

Sierra Leona

Una de las categorizaciones más completa es la que ofrece Sierra Leona en su Media Code of Practice: Rules and regulations governing the establishment and operations of the print, electronic media and advertising in Sierra Leona. publicado en 2005 por el Independent Media Commission (IMC).

En su ordenación de las modalidades de radios y televisiones públicas, la autoridad independiente de Sierra Leona, IMC, sitúa en categorías diferentes, pero en el mismo nivel, a la radio pública, radio comercial, radio comunitaria, radio religiosa.

De forma que define la radio pública en estos términos,

...is one set up by legislation, accountable to the public through an independent board, protected against interference of a political or economic nature, with editorial independence and adequately funded in a manner that protects it from arbitrary interference. Its transmission should cover the whole country and its programmes should be politically balanced.

En cuanto a la radio comercial, la describe como "station is one that is in the business of broadcasting for profit but is not exempt from public service responsibility under the Independent Media Act and Media Code of Practice."

La radio comunitaria no se diferencia de la radio asociativa en Camerún, y se presenta como "... station is one, which is for, by and about the community, whose ownership and management is representative of the community, which pursues social development agenda and which is not for profit.

En Camerún la radio religiosa constituye una categoría por sí misma, planteada como "... station is one that is set up purposely for religious broadcast, but which is not exempt from public service responsibility under the independent Media commission Act and Media Code Practice and is not for profit."

Sólo hay una mención a los operadores internacionales cuando se aborda el uso de los repetidores de señal, pero no se les otorga una categoría de emisora.

BURKINA FASO

En Burkina Faso, las emisoras que no son públicas son todas tratadas como emisoras privadas. No se etiquetan las diferentes formas de radio privada.

En los pliegos de condiciones para la concesión de licencias, aprobados por el Consejo de Ministros en 2011, se contempla las radios "Art.4.... dont le capital est détenu par des personnes physiques ou morales du secteur privé.". No se mencionan las radios comerciales, pero se autoriza a "Art. 27 ...programmer et diffuser la publicité de marque en collaboration avec les agences de publicité, les courtiers et commissaires en publicité, les sociétés de production audiovisuelle (audio et vidéo)".

Algo similar sucede con las emisoras comunitarias o asociativas. No se las nombra, pero sí se alude a la posibilidad de que las emisoras privadas puedan financiarse por otras vías diferentes a la publicidad: "ART. 23 " les stations privées de radiodiffusion sonore et télévisuelle peuvent bénéficier des subventions de

l'Etat de ses organes déconcentrés, décentralisés, des ONG, des institutions régionales ou internationales reconnues par l'Etat burkinabé”.

Incluso se reconocen las emisoras confesionales, aunque no se citan explícitamente. Se da el visto bueno a que se activen en el territorio de Burkina Faso. “Art 21 Une confession religieuse peut exploiter une station de radiodiffusion sonore ou télévisuelle à condition que la grille de ses programmes comporte au moins 30% d'émissions non religieuse...”

En cuanto a las emisoras internacionales, se contempla la posibilidad autorizarlas a usar repetidores de señal, aunque para ello la empresa “Article 26 :.... devra au préalable faire l'objet d'une convention signée avec les autorités nationales compétentes. L'exploitation de la fréquence obtenue de cette convention fera l'objet d'une tarification spécifique.”

Si bien no se establecen tipologías de emisoras según su alcance, sí se ordenan y etiquetan las coberturas en función del espacio que abarcan. De manera que se diferencian tres tipos de ámbitos de difusión: el nacional, el regional y el local. De manera que “Art. 5. Est à rayonnement national la station de radiodiffusion sonore ou télévisuelle dont les émissions sont reçues sur tout le territoire national. Est à rayonnement régional la station dont les émissions couvrent un rayon de 100 Kms au plus. Est rayonnement local la station dont les émissions limitées à un rayon de 30 kms.”

Níger

En Níger, aunque no se establece de manera evidente una clasificación o categorización de emisoras, de la lectura de la ordenanza en la que se liberaliza la comunicación audiovisual, se pueden deducir tres modalidades de radio - pública, comercial y asociativa-, en la medida en la que se expresa en el Art 1 que “La communication audiovisuelle est libre. Elle résulte des prestations du service public de communication audiovisuelle et des entreprises du secteur privé et des associations à but non lucratif autorisées en vertu de la présente loi”

Por otra parte se alude también a la procedencia de la financiación, de manera que se dispone que las emisoras privadas comerciales tienen acceso al mercado de la publicidad, que “Art.18.- Le financement des radios et télévisions associatives est assuré par les subventions publiques et privées, les cotisations de leurs membres ainsi que par les dons el legs. Elles n’ont pas accès au marché publicitaire”, mientras que el servicio público sí que participa de la tarta publicitaria de los medios, así como de los presupuestos generales del Estado.

Togo

En Togo se establecen tres modalidades de radio por Ley, la radio pública, la privada comercial, y la radiodifusión comunitaria. Según las cláusulas de condiciones para la concesión de autorización para el uso del espectro radioeléctrico, la radio privada comercial se define como “toute radio ou télévision ne relevant pas de la puissance publique et des collectivités territoriales et décentralisées”. En cuanto a las emisoras comunitarias, se describen simplemente como “toute radio ou télévision privée à but non lucratif”, entre las que se incluyen las religiosas, que tienen un estatus individual en esta categorización. (Institut Panos, 2009, p.66)

Camerún

En otro país de referencia, como es Camerún, en el decreto en el que se establecen las condiciones y modalidades de creación y explotación de la comunicación audiovisual, no se organizan los diferentes tipos de emisoras de forma explícita. Sin embargo se diferencian dos categorías de licencias: las de servicios nacionales con vocación comercial o sin vocación comercial, y las de servicios locales con vocación comercial o sin vocación comercial. Sitúa aparte a los operadores internacionales a los que también alude.

De manera que, diferencia dos tipos de servicios a los que aplica diferentes criterios. Uno de ellos es el ámbito de cobertura, otro, el tipo de contenidos y también la financiación.

En cuanto al ámbito de cobertura distingue dos espacios: el nacional y el local. Las emisoras de ámbito nacional son aquellas que tienen una difusión que alcanza todo el territorio nacional o una zona superior a 100kms. Las de carácter local son aquellas que no pueden superar los 100kms. No se contempla la categoría regional. Tanto las “comerciales” como las emisoras “no comerciales” pueden optar a cubrir un ámbito nacional o local. En lo que se refiere a la programación tanto, las emisoras nacionales como locales pueden presentarse con una parrilla generalista o temática. La financiación genera dos modalidades de emisoras: las comerciales, que recurren “à la publicité commerciale ou à des services payants”, y las no comerciales que tienen que renunciar al mercado publicitario. (art. 5)

2.4. AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE LA COMUNICACIÓN EN ÁFRICA

La corriente de democracia que se extiende a finales de la década de los 80 en África, alentada por las Conferencias Nacionales, conduce a los Estados a la promulgación de sus Constituciones. En este contexto,

La rédefinition entre administration et administrés par la création d’organes de régulation et de contrôle semble être l’un des moyens les plus efficaces pour protéger les libertés et les droits des citoyens dans les domaines les plus sensibles de la vie politique. (Diarra, 2000, p.2)

· En este contexto,

Le rejet du système des partis uniques et la revendication des libertés civiles et politiques se traduisent notamment dans le domaine des médias par l’avènement des régulateurs dont la vocation était de couper le cordon ombilical entre pouvoir politique et médias. (Renaud de la Brosse, 2008, p8)

En este sentido, se entiende también, por lo tanto, que “ L’objectif commun à toutes ces instances était de garantir la pluralité des médias et de conduire à un certain retrait du monopole de l’Etat sur le secteur.” (Samb, 2009, p.220).

El órgano regulador es una figura que está presente en un buen número de países. Según un estudio encargado por la Organization Internationale de Francophonie en 2008, después de Europa, donde el 88,5% de los estados cuenta con un órgano de regulación de la comunicación, África Subsahariana es la zona en la que concentra el mayor número de países dotados de esta modalidad de autoridades independientes. (Renaud de la Brosse, 2008, pp 8-9)

A este ambiente de democratización, se suman algunas circunstancias que explican la emergencia de los órganos de regulación. En África, el desarrollo de la prensa escrita en la década de los 80, consecuencia del proceso de liberalización del sector editorial genera expectativas en otro ámbito de la comunicación, la radiodifusión, donde se espera un despliegue de iniciativas. La experiencia de caos experimentada en la eclosión de la prensa libre, hace temer una situación similar en el sector de la radio, aunque con el agravante que podría tener el uso descontrolado de un recurso común limitado como es el espectro radioeléctrico. Ante la llegada de las primeras solicitudes de frecuencias de empresas, personas o colectivos interesados en incorporarse al paisaje radiofónico, los Estados deciden regular la apertura de los procesos y regularlos con los mecanismos apropiados. De modo que, para hacer frente a cuestiones como la planificación del espectro radioeléctrico y el modo de distribución de ese espacio audiovisual, en muchos países, animados por el ejemplo de algunas naciones europeas y con el apoyo de organizaciones no gubernamentales a favor de la libertad de expresión en los países en desarrollo, se ha ido implantando la figura de la autoridad independiente en materia de comunicación.

...Il s'agit en fait d'organes non juridictionnels chargés de régler le secteur, d'assurer un équilibre entre les intérêts des différentes forces en présence, d'arbitrer au besoin entre ces intérêts et de réprimer éventuellement les infractions. Ces instances ont pour vocation de garantir la liberté de la communication audiovisuelle et de contribuer au pluralisme médiatique. (Samb, 2009, p.219)

2.4.1. Apoyo a la creación de los órganos reguladores

Las acciones orientadas a promover las bondades de órganos reguladores de la comunicación en procesos de democratización de un país, han contribuido

sin duda a la creación de esta modalidad de entidades. Las organizaciones que han liderado estas iniciativas son de diferente índole.

Una de ellas es Artículo 19, una entidad no gubernamental fue fundada en 1987. Su nombre responde identificándose con el artículo de la Declaración de los derechos humanos dedicado a la libertad de expresión.

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (Artículo 19.

Esta organización, apoyada entre otras instituciones por la Comisión Europea, tiene como finalidad la promoción de la defensa de la comunicación en los países que se encuentran en vías de regularla. Entre otras actuaciones encaminadas a apoyar iniciativas favorables a la organización de un sistema de comunicación plural y libre, Artículo 19 ha elaborado y difundido un manual de formación dirigido de manera expresa a los reguladores africanos.

En este documento, la organización ofrece las pautas de actuación en la instauración de una entidad reguladora. Se indica en primer lugar la exigencia de que la autoridad independiente sea creada por Ley. Debe disponer de un marco jurídico adecuado que desarrolle aspectos tan esenciales como cuáles son los poderes de los que está dotado, y sobre todo, la forma de financiación y el modo en el que se va a lograr la independencia de este órgano. Respecto a esta última cuestión, se apunta a que si bien es imposible que un órgano esté totalmente desvinculado de cualquier institución, sin embargo "L'indépendance, pour un organe public comme celui de régulation de la radiodiffusion, renvoie au fait qu'il n'existe aucune structure capable de prendre des décisions à sa place, ou de l'influencer". (Artículo 19, p.34) El regulador debe mantenerse independiente tanto del poder ejecutivo, como de los partidos políticos o del poder económico. Para garantizar la independencia de los miembros de ese órgano se recomienda una serie de exigencias en cuanto al perfil de éstos y la forma de elección.

Otra institución que participa en el apoyo a la creación de Autoridades reguladoras es el Conseil Supérieur de l'audiovisuel. En los países relacionados con Francia, por tratarse de antiguas colonias o por compartir la lengua francesa,

este consejo ha tutelado la creación de instancias africanas. En una intervención de Hervé BOURGES, Président du Conseil supérieur de l'audiovisuel (France) en junio de 1998, este alto cargo argumentaba así su colaboración, “ Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a toujours considéré qu'il avait le devoir d'ouvrir ses portes à ses confrères africains, et de mettre ses outils d'analyse et de réflexion à leur disposition, chaque fois qu'ils le souhaitaient.” En cuanto a los términos de la cooperación, éstos giran en torno a respuesta del CSA a solicitud de información, ayuda en el estudio y resolución de expedientes, y apoyo técnico. (Bourges, 1998).

2.4.2. Constitución de redes de órganos reguladores

Las autoridades independientes reguladoras en el entorno Africano están organizadas en red. Hay dos colectivos que dan cabida a estos órganos, el “Réseau des instances africaines de régulation de la communication” y el “Réseau Francophone des Hautes Instances de Régulation de la Communication”. En cuanto a lo les une, en la primera red (RIARC) es el hecho africano, mientras que en la segunda (REFRAM) es el uso de la lengua francesa.

En 1998 los países africanos constituyen “Réseau des instances africaines de régulation de la communication (RIARC). Esta red está integrada por 35 países¹⁶, de los cuales alguno de ellos-.....- aún no dispone de ese tipo de organismo.

Entre los objetivos que figuran en los estatutos de esta organización se encuentran

¹⁶ Países integrantes de RIARC: Sur Africa, Angola, Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Camerún, Cabo Verde, República Centroafricana, Costa de Marfil, Gabon, Ghana, Guinea, Guinea Bissau, Kenya, Lesotho, Mali, Marruecos, Mauritania, Mozambique, Namibia, Níger, Nigeria, Uganda, República Democrática del Congo, Ruanda, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Suaziland, Tanzania, Togo, Chad, Túnez y Zimbawe.

Contribuer, para la synergie des échanges, à asseoir l'autorité technique, professionnelle et institutionnelle de chacune des instances membres; Développer, entre les instances membres, des échanges d'idées et d'expériences sur les questions en rapport avec leurs missions; Organiser, entre les instances membres, une étroite coopération en matière de formation et assistance technique... (Art. 4 Convention).

Uno de los desafíos que, todavía en 2016 en su VIII Conferencia des instances de Régulation de la Communication d'Afrique (CIRCAF), se plantea para afrontar las deficiencias en determinados contextos es "mettre en place à travers les politiques publiques, les cadres juridiques adaptés ainsi que les moyens techniques, financiers et humains idoines". (CIRCAF, 2016)

Un ejemplo reciente de esa cooperación entre autoridades reguladoras africanas es la transferencia a Níger de una tecnología para monitorización de la señal de los medios audiovisuales. Este sistema se basa en un dispositivo inventado por la Haute Autorité de la communication Audiovisuelle (HACA) de Marruecos. El órgano marroquí ha cedido el uso de este equipo al Conseil Supérieur de la communication para la realización por parte de éste último, del seguimiento del tratamiento de la información de los operadores audiovisuales del país durante las elecciones. La formación del personal que debe utilizar esta tecnología también corre por cuenta de Marruecos. Con anterioridad, han disfrutado de este equipo los consejos de comunicación de otros países de la red - Chad, Mauritania, Senegal, Benin o Túnez- (RIARC, 2016, p.17).

El Réseau Francophone des Hautes Instances de Régulation de la Communication es la otra red mencionada en la que se encuentra la mayoría de entidades africanas.

Su origen está en L'Organisation de la Francophonie. Se trata de una entidad creada en 1970 bajo otra denominación, l'Agence de Coopération Culturelle et Technique (ACCT), constituida como medio para "... promouvoir la langue française et les relations de coopération entre les 84 États et gouvernements membres ou observateurs..". Una de sus misiones es "l'instauration et développement de la démocratie". En torno a esta cuestión desarrolla diferentes cumbres. En el año 2000 se celebra en Malí el « Symposium international sur le

bilan des pratiques de la démocratie, des droits et des libertés dans l'espace francophone », dando lugar a la "Déclaration de Bamako", adoptada el 3 de noviembre del 2000 por los ministros y jefes de Estado de los 84 países integrantes. En su empeño por velar por el respeto a la libertad y la independencia en el ámbito de la comunicación, en esta cumbre se la OIF plantea algunas prioridades relacionadas con las autoridades independientes. De un lado, se propone "Renforcer les capacités des Instances de régulation des médias". (Chapitre III.6), por otro se compromete a "...accroître son soutien aux Hautes Autorités de l'audiovisuel et de la Communication. (4.C18), y finalmente plantea la necesidad promover el desarrollo de una red, "Réseau Francophone des Hautes Instances de Régulation de la Communication, (Chapitre I. 2)"¹⁷

Esta red se constituye finalmente en julio de 2007, con el objetivo de " de promouvoir la coopération en matière de régulation de la communication entre les instances membres, de renforcer les capacités des institutions garantes de la démocratie, de soutenir la liberté d'expression et le pluralisme des médias ". Entre las acciones que propone en sus estatutos, plantea **se encuentra**

.... Encourager la connaissance mutuelle de ses membres, du mode d'exercice de leurs missions respectives, notamment par des échanges de meilleures pratiques ; Organiser des séminaires de travail portant sur la régulation des médias au bénéfice de ses membres ; Entretenir toutes relations utiles avec les organisations ou réseaux aux objectifs similaires ou complémentaires ; Exercer toute autre activité en accord avec les objectifs du Réseau¹⁸.

Son 30 los Estados y gobiernos africanos¹⁹ los que forman parte de la red. Alguno de ellos aún no ha desarrollado su instancia reguladora.

¹⁷Documento programme d'action de bamako adopté par la ix^e conférence des chefs d'état et de gouvernement des pays ayant le français en partage (beyrouth, les 18, 19 et 20 octobre 2002) https://www.francophonie.org/img/pdf/actes_som_ix_2002.pdf

¹⁸ http://democratie.francophonie.org/rubrique.php3?id_rubrique=68

¹⁹ Africa central: Burundi, Camerún, República Centroafricana, Congo, República democrática del Congo, Gabón, Guinea Ecuatorial, Ruanda, Santo Tomé y Príncipe, Tchad; Africa del ESte Comores, Djibouti, Madagascar, Mauricio, Seychelles; Africa del Oeste: Bénin, Burkina Faso, Cap-Vert, Côte d'Ivoire, Guinea, Guinea Bissau; Mali, Níger, Senegal, Togo; Africa del Norte; Marruecos, Mauritania, Túnez, Egipto.

2.4.3. Implantación de los órganos reguladores

Como ya se ha apuntado, son numerosos los órganos reguladores instaurados en los países africanos. Hay Estados que aún no han creado esta instancia o que no tienen intención de hacerlo como es el caso de Cabo Verde, Comores, Djibouti, Guinea Ecuatorial, Madagascar, Liberia. Sin embargo se observa que ha existido interés en el resto de países por implantar esta figura, que como se constata, presenta una fisonomía heterogénea. La variedad en la denominación, modo de creación, formas de elección de los miembros, ámbitos de competencias, y atribuciones explica que, como señala Samb Moustapha (2009, p.220) en Africa “...ces organes de régulation ont revêtu des formes très diverses dans les différents états de la région”.

Denominación

La denominación que recibe la figura reguladora independiente es variada según los países. Se observa el uso de tres denominaciones más comunes en función del empleo de una u otra expresión.

En todos los Estados de influencia anglosajona, se opta por utilizar el término “Authority” para designar este órgano. En algunos de ellos, además, se resalta su función reguladora como rasgo definitorio en el propio nombre. De modo que se usa la locución “regulatory authority” en (Botsana, Namibia, Tanzania, Ruanda) Además en algún otro país como Suráfrica se pone de relieve el carácter independiente de este órgano añadiendo este calificativo en su denominación. En Uganda, Sierra Leona y en Nigeria, también de influencia anglosajona se emplea el término “Commission” para designar este órgano.

En lo que se refiere a los países de influencia francófona o lusa, la denominación suele utilizar el término “Conseil” o “Consleho”. Se observa el uso de este título en los países en los que se crea esta instancia en la década de los 90, mientras que la apelación elegida entre los estados que la constituyeron a partir

del 2000 es de Haute Autorité. También se recurre al término “Comission” en Gambia y Ghana. Por otra parte, aunque en la mayoría de los casos en el título se limita a utilizar el concepto de comunicación como ámbito de actuación, en otros se acota a sector del audiovisual y prensa (Costa de Marfil, Marruecos, Túnez y Mauritania).

Fecha constitución

Si bien se observa que la creación de este tipo de órganos se ha extendido a lo largo de los 90 y hasta la actualidad, se advierte una ligera concentración de iniciativas en la primera mitad de la década. Así uno de los primeros países en constituir su consejo fue Camerún, lo hace en el año 90. En el año 91, coinciden varios países (Angola, Costa de Marfil, Guinea Bissau, Guinea, Mozambique). Les siguen en el 92 otros tres Estados (Bénin, Gabón, Nigeria), y, a partir de esa fecha la aparición de Consejos o Autoridades se ha producido de forma escalonada y extendida a lo largo de los años.

Tabla 24: Fecha de constitución de las autoridades independientes en África

PAÍS	Fecha y denominación del órgano regulador
Afrique du Sud	Independent Communications Authority of South Africa (2000)
Angola	Conselho nacional de Comunicaçao social (1991)
Bénin	Haute Autorité de l’Audiovisuel et de la communication (1992)
Botsuana	The Botswana Communications Regulatory Authority (2012)
Burundi	Conseil National de la Communication (1992)
Burkina Faso	Conseil Supérieur de l’Information (1995) Conseil Supérieur de la Communication (2005)
CAMEROUN	Conseil National de la Communication (1990)
CÔTE D’IVOIRE	Conseil National de la communication audiovisuelle (CNCA) (1991) Haute Autorité de la Communiacion audiovisuelle (2004)
KENYA	Communications Authority of Kenia (1998)

LESOTHO	Lesotho Communications Authority (LCA) (2000)
GAMBIE P.21	Commission Nationale des Média (NMC) (2002)
GHANA	Commission Nationale des Media (1993)
GUINÉE BISSAU .	Conseil National de Communication (1991)
MALI	Conseil Supérieur de la Communication (1992) Haute Autorité de la Communication (2014)
MAROC	Haute Autorité de la communication audiovisuelle (2002)
MOZAMBIQUE	Conselho Superior da Comunicação Social (CSCS) da República de Moçambique (1991)
NAMIBIA	Communications Regulatory Authority of Namibia (2009)
NIGERIA	National Broadcasting Commission (1992)
UGANDA	The Uganda Communication Commission(2013)
SENEGAp.33	Haut Conseil de l'Audiovisuel (98)
SIERRA LEONA	Independent Media Commission (IMC) (2000)
TANZANIA	Tanzania Communications regulatory Authority (TCRA) (2003)
TCHAD	Haut Conseil de la Communication (1994) (2003)
RWANDA	Rwanda utilities regulatory Authority (2013)
ZIMBAWE	Broadcasting Authority of Zimbabwe.(2001)
BURKINA FASO	Conseil Supérieur de l'information (95) (2005)
TUNISIE	L'Haute Autorité indépendante de la communication audiovisuelle (HAICA) (2011)
MAURITANIA	Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel (HAPA) (2006)

Fuente : Elaboración propia

La legislación y normativa de creación del órgano regulador

La creación de un órgano regulador independiente debe articularse a partir de la aprobación de una ley. Son diferentes los rangos de las normas mediante las

que se aprueban la su constitución, organización y funcionamiento de estas entidades.

Hay Estados en los que se otorga tal importancia a este tipo de entidades, que éstas son mencionadas en la propia Constitución. Generalmente se alude a un órgano regulador, como medida por la que se refuerza la declaración de libertad de expresión en ese país. Son los casos de Gabón, Níger, República Democrática del Congo o Centroáfrica. En otros Estados, aunque no se hace referencia a este órgano de forma explícita en la Constitución, las leyes son desarrolladas como leyes orgánicas, lo que pone en evidencia la relevancia de la autoridad, ya que sirve para garantizar un derecho fundamental. Como señala M. Soleil Frère “leur statut juridique et leurs missions et compétences réelles différent cependant: certaines sont intégrées à la Constitution..., d’autres sont établies par une loi...” (Frère, 2001, p.36).

Tabla 25: Países cuyos órganos reguladores son constituidos mediante la promulgación de Ley orgánica

	Alusión a la autoridad reguladora en la Constitución	Textos con rango de Ley orgánica
Bénin		Ley organique 92-021 du 21 août Haute Autorité de l’Audiovisuel et de la Communication
Centroafricq ue	Constitutioin 2004 (art.103)	Orodonnance n° 04.020 deu 31 décembre 2004 Le Haut Conseil de la Communication
Gabon	Constitution (art.95)	Ley organique n°14-91 du 24 mars 1992 Conseil National de la communication
Guinée		Loi organique L/91/006 Conseil National de la Communication Loi organique L 2010/003/CNT du 23 juin 2010 La Haute Autorité de la Communication
Niger	Constitution (art.125)	Loi organique n°2001-006 de juin 2001 Conseil Supérieur de la Communication

RD Congo	Constitution	Loi organique n°11/001 du 10 janvier 2011 Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication
Togo		Loi organique n°2004-021 du 15 décembre 2004 Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la communication

Elaboración propia: a partir de la búsqueda de información por diversas fuentes.

En el resto de países africanos estudiados, el desarrollo de la autoridad reguladora independiente se ha efectuado mediante la promulgación de una ley. En algunos casos, el diseño y ejecución de esta entidad se ha realizado por la aprobación de un Decreto (Burkina Faso), Decreto Ley (Túnez) o simplemente mediante una Ordenanza (Mauritania).

Tabla 26: Países cuyos órganos reguladores se han constituido por Ley

	Textos con rango de Ley
Afrique du sud	Act of 2000, amended in 2005. Independent Communications Authority of South Africa
Angola	Lei n°6/91 De 3 de Outubro Conselho nacional de Comunicação social
Botswana	Act of 2012 The Botswana Communications Regulatory Authority
	Textos con otro rango.
Burkina faso	Décret n°95/3047PRES7PM7MCC du 1° août 1995 Conseil Supérieur de l'information Loi n°20-2000/AN du 28 juin 2000 (modifiée en 2005) Conseil Supérieur de la Communication
Burundi	Loi n° 1/18 du 29 septembre 2007 Conseil National de la Communication

Cameroun	Loi n° 90/052 du 19 décembre 1990 relative à la liberté de la communication Sociale, Décret n°2012/038 du 23 Janvier 2012 portant réorganisation du Conseil National de la Communication. Conseil National de la Communication
Côte d'ivoire	Loi n° 91-1001 du 27 décembre 1991 fixant le régime de la communication audiovisuelle. Conseil National de la communication audiovisuelle (CNCA) Loi n°2004-644 du 14 décembre 2004 Ordonnance n°2011-75 du 30 avril portant érection du Conseil National de la communication audiovisuelle en Haute Autorité de la communication audiovisuelle.
Gambie p.21	Loi 24 juillet 2002 Commission Nationale des Média (NMC) suspendido en 2004 (órgano de censura)
Ghana	Loi 449 de 1993 Commission Nationale des Media Communication Authority Act 524 de 1996 Haute Autorité de la Communication
Guinée bissau	Loi n°6/91 Conseil National de Communication
Kenya	Act 1998 Communications Authority of Kenia
Lesotho	Statutory body established in June 2000, Act No. 4 of 2012 Lesotho Communications Authority (LCA),
Mali	1992 Loi n° 92-038 du 24 décembre 1992 Conseil Supérieur de la Communication 2014 Ordonnance n° 2014-006 du 21 janvier 2014 Haute Autorité de la Communication
Maroc	Dahir n° 1-02-212 du 22 jourmada II 1423 (31 août 2002) Haute Autorité de la communication audiovisuelle (modifié 2003; 2007; 2008)
Mauritania	Ordonnance n° 34-2006 du 26 Octobre 2006 Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel (HAPA)
Mozambique	Lei 18/91 de 10 de Agosto (Lei de Imprensa) Conselho Superior da Comunicação Social (CSCS) da República de Moçambique

Namibia	Act, 2009 (Act No.8 of 2009) Communications Regulatory Authority of Namibia
Nigeria	Act n°38 of 1992 National Broadcasting Commission
Rwanda	Law N° 09/2013 of 01/03/2013 Rwanda utilities regulatory Authority
Sénégal	Loi n° 89-09 du 2 mars 1998 Haut Conseil de l'Audiovisuel
Sierra leona	Independent Media Commission Act, 2000 6 of June 2000 Independent Media Commission (IMC)
Tanzania	Act No.12 of 2003 to regulate the electronic communications, and Postal services, and management of the national frequency spectrum in the United Republic of Tanzania. Tanzania Communications regulatory Authority (TCRA)
Tchad	Loi n°12-PR-94 du 9 Avril 1994 (modifiée par La loi 19/PR/2003 14 avril portant composition, attributions et fonctionnement du Haut Conseil de la Communication) Haut Conseil de la Communication
Tunisie	Décret-loi N° 2011-116 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la communication audiovisuelle. L'Haute Autorité indépendante de la communication audiovisuelle (HAICA) est entrée en fonction le 3 mai 2013.
Uganda	<u>Act 2013</u> Laws of Uganda The Uganda Communication Commission
Zimbabwe	Act of Parliament 2001 Broadcasting Authority of Zimbabwe providing for the functions, powers and duties of the Authority.

Fuente: Elaboración propia a partir de la normativa localizada en diferentes fuentes.

Nombramiento de los miembros

El número de miembros de las autoridades independientes gira en torno a 9. En Mauritania no alcanza esta cifra - se queda en 6-, mientras que en Camerún alcanza a 20 personas. En lo que se refiere al nombramiento de los integrantes del órgano regulador, en algunos casos, es difícil creer en su independencia, en la

medida en la que es elevado el número de miembros designados por el gobierno. En esta situación se encuentran los consejos o autoridades de Burundi, Camerún o Senegal.

En el resto de casos, la procedencia de los nombramientos se reparte entre el Poder ejecutivo, el legislativo, el judicial y otros sectores - profesionales, personalidades del mundo de la cultura, entre otros-. La presencia de magistrados en estos órganos no es muy común y tampoco numerosa. Participan con un miembro en los Consejos de Burkina Faso, Centroáfrica y Guinea, Mozambique y Chad, excepto en Congo donde son 2 los integrantes procedentes del ámbito de la justicia.

Tabla 27: Procedencia de los nombramientos de los miembros de los órganos reguladores

	TOTAL	Poder Ejecutivo	Poder legislativo	Poder Judicial	Otros
Bénin	9	3	3		3
Burkina Faso	12	4	3	1	4
Burundi	15	15			
Cameroun	20	20			
Centroáfrica	9	2	1	1	5
Chad	9	2	2	1	4
Congo	11	3	2+2 senat	2	2
Costa de Marfil	12				12
Gabon	9	3	3+3Senat		
Guinea	9	2	1	1	5
Guinea Bissau	9				
Mali	9	3	3		3

Mauritania	6	3	2		1
Mozambique	11	2	4	1	4
Ruanda	9	3			6
Senegal	9	9			
Togo	9	4	5		

Elaboración propia: a partir de datos Renaud de la Brosse, 2008, pp. 26-39)

2.4.4. Competencias de las autoridades independientes

Ámbitos de actuación

Entre los órganos reguladores desplegados en África es habitual encontrar entidades que limitan sus competencias a uno de los medios, generalmente el audiovisual (Burkina Faso, Camerún, Senegal), aunque son más numerosos los países cuya entidad reguladora acota sus competencias a los ámbitos de la prensa y la comunicación audiovisual. Entre estos se encuentran Burundi, República del Congo, Guinea Bissau, Mali, Mauritania, Mozambique y Chad.

También hay países como Costa de Marfil que se ocupan de los medios audiovisuales y de su difusión a través de la red de redes. En otros casos, la cobertura de la Autoridad independiente es completa, es decir, se atiende a la prensa, el audiovisual e Internet en algunos países (Congo, Gabón, Ruanda, Togo y Guinea). Guinea incluso incluye entre sus competencias la regulación el área de la publicidad.

Tabla 28: Ámbitos de actuación de los órganos reguladores

	Médias écrits	Médias Audiov	Internet	Tous les médias: écrits, audiovisuels, Internet
Bénin				X
Burkina Faso		X		
Burundi	X	X		
Cameroun		X		
Chad	X	X		
Congo				X
Costa de Marfil		X	X	
Gabon				X
Guinea				X+ publicidad
Guinea Bissau	X	X		
Mali	X	X		
Mauritania	X	X		
Mozambique	X	X		
RD Congo	X	X		
Ruanda				X
Senegal		X		
Togo				X

Elaboración propia: a partir de datos de Renaud de la Brosse (2008, pp. 26-39)

Tipo de competencias

Las atribuciones de competencias a una Autoridad independiente define su capacidad de intervención y su utilidad en el proceso de democratización de la comunicación en un Estado. La misión reguladora de este órgano no siempre es evidente. En países como Bénin, Burkina Faso, Burundi, República del Congo, Ruanda, Senegal, Chad y Togo, se confía a esta instancia administrativa el diseño de las políticas de comunicación, mientras que no se lo confían (Camerún, Malí, o Mauritania). La facultad de decisión es un aspecto determinante en la funcionalidad de esta figura. Se le otorga en la mayoría de los países, aunque no en todos. Camerún, Malí, o Ruanda son algunos ejemplos en los que el gobierno se reserva ese derecho.

Por otra parte, la eficacia de un órgano se mide en función de su autoridad para hacer cumplir las normas. En este sentido, es importante que cuente con capacidad sancionadora, de lo contrario será difícil hacer respetar las reglas. Curiosamente hay algún Estado que no ha dotado de esta atribución a su instancia. Es el caso del Camerún, Guinea Bissau y Mali.

Tabla 29: Autoridad de cada órgano regulador

	Consulta	Decisión	Sanción	regulación
Bénin	X	X	X (non pénal)	X
Burkina Faso		X	X	X
Burundi	X	X	X	X
Cameroun	X			
Congo		X	X	
RD Congo	X	X	X	X
Guinea	X	X	X	X en periodo electoral
Guinea Bissau	X	X		Sin información
Mali	X			
Mauritania		X	X	
Ruanda	X		X	X
Senegal		X	X	X
Chad	X	X	X	X
Togo	X	X	X	X

Elaboración propia: a partir de datos Renaud de la Brosse, 2008, pp. 26-39)

Competencias relacionadas con asignación y autorización emisoras privadas

La atribución de las tareas de las autoridades independientes en la ejecución de la apertura del espacio radioeléctrico a la iniciativa privada en el sector de la radiodifusión es diferente de un estado a otro. Sin embargo, se pueden extraer algunas funciones que se repiten en muchas de las instancias revisadas.

Aunque, como ya se ha expresado, hay variaciones en las facultades de cada uno de estos órganos, de ahí, que a continuación se ofrezca la información detallada en cada uno de los países, los aspectos siguientes son los que suelen contemplarse.

El diseño de las políticas de comunicación en materia de radiodifusión más adecuadas para un estado suele ser una de las primeras tareas asignadas a un Consejo o Autoridad. Esa función reguladora es esencial como base de sus actuaciones posteriores. A este órgano corresponde, por lo tanto, trazar las pautas en el desarrollo del sector. Además, es el gestor del espacio radioeléctrico de la nación, una responsabilidad que ejerce controlando todas las fases de toma de decisión sobre su ocupación. De manera que, de entrada, la redacción de los pliegos de condiciones de los concursos públicos para el otorgamiento de licencia de radio o concursos de proyectos radiofónicos es competencia de este órgano. Las exigencias a los candidatos para obtener una autorización o licencia de uso de una frecuencia es una de sus principales misiones en el marco del diseño de las políticas. En este ámbito de actuación, también se le asigna la decisión de establecer las tarifas que el Estado debe percibir en concepto de concesión de autorización o licencia, así como las cuotas anuales por el uso del espectro radioeléctrico.

Estas comisiones son las receptoras de las solicitudes formuladas por los candidatos. Deciden si estas se cursan o no, si se llevan a trámite o se rechazan. En esta fase, las autoridades son las encargadas de realizar el estudio e instrucción de los expedientes de las empresas aspirantes. En función de la adecuación o no del proyecto a las exigencias establecidas en los pliegos de condiciones, se opta por asignar o no la frecuencia al operador. La autorización de instalación y explotación de la licencia no siempre es competencia de un órgano independiente, en muchos casos, es el gobierno quien la atribuye (...).

Una vez decidida la asignación de frecuencia y concesión de licencia de establecimiento, se procede a la firma de un contrato entre la Administración y el operador, que es supervisado por el Consejo o Autoridad. La vigilancia del cumplimiento de los compromisos de la empresa concesionaria es una de las actividades de las que se ocupa este órgano. Suele tener potestad sancionadora e

incluso capacidad para retirar la autorización, si procede. Es el responsable de la protección de los usuarios de los medios audiovisuales e incluso de la aprobación de las normas relativas a la fabricación de equipos de recepción.

En resumen, es un órgano que constituye un pilar en la construcción del espacio radiofónico de un Estado, y cuya actuación le hace merecedor y depositario, en principio, de la confianza de la sociedad y de las diferentes fuerzas que la integran. (Consultar ANEXO 01).

Competencias en materia de medios públicos

Las autoridades reguladoras adquieren sentido cuando se procede a la liberalización del espacio audiovisual, por lo que generalmente estas centran su atención en la regulación de los medios privados. Sin embargo, algunos de estos órganos también tienen competencias en materia de medios públicos. Es el caso de Benín, Burundi, Camerún, Costa de Marfil, Guinea, Mali, Mozambique, Ruanda, Senegal, Chad y Togo. Entre las misiones atribuidas a este órgano se encuentra, la redacción de las obligaciones que corresponden a la ejecución de un servicio público en materia de comunicación, y el control de su cumplimiento (Bénin, Burundi, Camerún, Costa de Marfil, Guinea, Mozambique Ruanda, Senegal, Chad y Togo). En algún país, además de estas funciones se le atribuye también la misión de proponer o dar su parecer a la designación de los directivos de los medios estatales. Los Consejos o Altas Autoridades de Bénin, Guinea, Mozambique, o Chad tienen esas atribuciones (Renaud de la Brosse, 2008, pp25-34).

En el caso de Malí existe curiosamente una figura que complementa al Conseil Supérieur de la communication Audiovisuelle, creado ex profeso para el desarrollo de competencias relacionadas con el derecho de acceso a los medios públicos. Se trata del Comité National de l'Égal accès aux Médias d'Etat, creado en el año 1993, cuya misión es "... l'enracinement de la démocratie telle que la garantie de la liberté et la protection de la presse, la garantie de l'indépendance en matière d'information des médias publics et la garantie du libre accès aux sources d'information publiques".

2.5. LIBERALIZACIÓN DE LA RADIO EN ÁFRICA

En la mayoría de los países africanos, la liberalización de la radiodifusión da sus primeros pasos décadas después de alcanzar la independencia del país. Se puede considerar el año 1960 como el momento de referencia en el que las naciones africanas toman las riendas de su destino.²⁰ Desde que las naciones africanas recuperan la gestión de sus países, hasta que se abren a la liberalización de sectores como el de la radiodifusión, transcurren varias décadas - entre 30 y 40 años-. A efectos del despliegue de la radio en el continente hay que tener en cuenta dos situaciones en este periodo. Una es de carácter político -los países ya autónomos van dando pasos hacia un proceso de democratización-, y otra de carácter técnico - la tecnología de FM queda consolidada-. Se trata de dos aspectos que, sin lugar a dudas, están en la base y condicionan el desarrollo del medio en África.

2.5.1 Regulación del proceso de liberalización de la radio en África

El proceso de liberalización experimentado en los países africanos en el ámbito de la prensa, según algunos autores como André -Jean Tudesq, fue desordenado. Se produjo de forma precipitada, desarrollándose

une libéralisation et une multiplication des titres, surtout dans les pays francophones qui avaient vu l'éclosion rapide de nombreux journaux, mais aussi leur disparition fréquente. Seuls ont survécu ceux qui pouvaient s'appuyer sur

²⁰ A lo largo de ese año, países como Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil, Togo, Malí, Nigéria, Níger, Chad, Mauritania, República centroafricana, República Democrática del Congo, Gabón o Ruanda, entre otros, alcanzan la Independencia. Uno o dos años antes lo hacen Guinea o Ghana y unos años más tarde, de Guinea Ecuatorial, Guinea Bissau o Cabo Verde, uno de los últimos países en romper lazos con las colonias en 1974.

des groupes multimédias, plus fréquents en Afrique anglophone... (Tudesq, 2002, 208)

Para evitar una experiencia descontrolada como la que se produce en el sector editorial, los gobiernos africanos deben implicarse. Desarrollan reglamentos con el fin regular la liberalización de un sector, el radiofónico, que supone la ocupación del espectro radioeléctrico, un bien común cuyo espacio, atribuido por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, es limitado y cuya planificación corresponde a cada Estado ya que, "...les fréquences ne peuvent être louées librement aux demandeurs. Celles-ci font d'ailleurs partie du domaine public de l'Etat." (Thiam y Sy, 1997, p 35).

Pero hay otras interpretaciones sobre el interés de los gobiernos en la regulación de la radio en comparación con la prensa, que ya había advertido la Unesco años antes y que parecía adelantar lo que podía suceder en África. "Al principio se pensó que la radio era tan persuasiva que se planteaba el dilema de su propiedad pública o privada. En virtud de que sólo se disponía entonces de un pequeño número de frecuencias, existía el peligro de que el primero en llegar al campo pudiera establecer el monopolio. Por estas razones los gobiernos se interesaban más por las operaciones de radiodifusión que por la prensa, y el Estado se vio implicado en mayor o menor medida, en los servicios de radio." (Informe Mc Bride, 1980, p.103)

Cada país ha seguido su propio procedimiento en la apertura de las ondas a la iniciativa privada. Aunque se producen algunas variaciones entre países, sin embargo hay tres elementos que entran en juego y que, dependiendo del orden en el que se efectúan e incluso de la distancia temporal entre uno y otro, determinan la modalidad de comportamiento de la Administración.

Uno de ellos es la promulgación la de Ley que regula la Comunicación Audiovisual, que pone fin al monopolio del monopolio y establece la libertad de creación, instalación y difusión de una emisora de radio. Otro es la aprobación de la Ley o norma de creación y organización de la Alta autoridad reguladora del sector audiovisual.

Y finalmente, de un lado, la publicación de las exigencias o cláusulas de concurso /Cahier de charge y, de otro, la convocatoria de concurso público o

apertura de procesos de autorización de la actividad de la radiodifusión. Aunque, dada la dificultad de encontrar información no se aplica este criterio en la descripción de estos procesos que se realiza a continuación.

Uno de los comportamientos que se observa es el de aquellos países que simultáneamente resuelven tanto la aprobación de la Ley o Decreto de creación de la Alta Autoridad como la de la Ley de libertad de la comunicación radiofónica.

Tabla 30: Ejemplos de países que aprueban simultáneamente norma de liberalización y órgano regulador

País	Fecha Independencia	Normativa conducente a la liberalización
Côte D'ivoire	1960	Loi 91-1101 27 décembre 1991 régime de communication Loi 91-1101 Conseil national de la Communication audiovisuelle
Mali	1960	1992 Ordonnance n°92-002 du 15 janvier 1992 (autorisation service privé) 1992 Loi n°92-038 24 décembre Création Conseil Supérieur de la Communication 1997 Décret n° 92-0022 (conditions autorisations)
Guinea	1958	2010 Loi L/ 2010/003/CNT du 23 juin 2010 portant attributions, organisation, Composition et Fonctionnement de La Haute Autorité de la Communication, sa mise en place a été faite le 10 mars 2015. 2010 loi organique L/2010 / 02 / CNT DU 22 JUIN 2010 portant sur la Liberté de la Presse, Révisant La Loi Organique L/91/005/CTRN/du 23 décembre 1991.
R. Centrafricana	agosto 1960	1998 Loi 98/005 portant sur la création et organisation du Haut Conseil de la Communication 1998 Loi 98/006 relative à la liberté de la communication en RCentrafricaine /
Rwanda	1960	2002 Loi n°18/2002 1 ^o juillet 2002 (libéralisation des ondes) 2002 Loi 18/2002 du 1 ^o juillet 2002 (Haut Conseil de la presse)

Fuente: Elaboración propia, consulta de legislación y portales de los órganos reguladores, así como (Panos, 2005).

En otro bloque se encuentran aquellos países que se adelantan a aprobar su órgano regulador y, sólo años más tarde (varía en función del país), deciden formalizar la liberalización de la radio mediante la promulgación de una Ley o Decreto.

Tabla 31: Ejemplos de países que aprueban en primer lugar la norma de creación del órgano regulador

PAIS	Indep	Normativa conducente a la liberalización
Bénin	1960	1992 Loi organique août 1992 création Haute Autorité de l'audiovisuel de la Communication (HAAC) 1997 la loi n°97-010 du 20 août 1997 portant libéralisation de l'espace audiovisuel stipule en son article 13 que « l'espace audiovisuel national est ouvert à l'initiative privée pour l'implantation et l'exploitation de stations de radiodiffusion sonore et de télévision ».
Sierra Leona	1961	2000 Independent Media Commission Act june 2000 2005 Media Code of Practice Rules and regulations governing the establishment and operations of the print, electronic media and adverstinsing
Mauritania	1960	2006 Ordonnance n°34-2006 du 26 octobre 2006 (Haute autorité de la Presse et de l'Audiovisuel) 2010 Loi n° 2010-045 du 26 juillet 2010 relative à la communication audiovisuelle.
R. Centrafricana	1960	1995 Constitution(Liberté reconnue) 1998 Loi 98/005 portant sur la création et organisation du Haut Conseil de la Communication 1998 Loi 98/006 relative à la liberté de la communication en RCentrafricaine /2004 Ordonnance n°5/002 25 novembre (liberté de la communication)
Rdcongo	1960	1996 Loi n°96-002 du 22 juin 1996 Liberté d'expression Constitution 2006 (mention Haute Autorité des médias) 2011 Loi organique n° 11/001 du 10 janvier 2011 portant composition, attribution et fonctionnement du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication

Fuente: Elaboración propia, consulta de legislación y portales de los órganos reguladores, así como (Panos, 2005).

Otra serie de países se lanzan a la aprobación de la liberalización. Pasan años (entre 2 y 12) para la promulgación de la norma que habilita la Autoridad independiente reguladora. Se adelanta la liberalización al desarrollo de los mecanismos para hacerla efectiva.

Tabla 32: Ejemplos de países que aprueban en primer lugar la norma de liberalización

País		Normativa conducente a la liberalización
Sénegal	Abril 1960	1996 Law of 22 february 1996 liberaliza 1998 Loi n°89-09 du 2 mars 1998 (Haut Conseil de l'audiovisuel) 2001 Constitution 2001
Niger	1960	1993 Ordonnance n° 93-021 du 30 mars 1993 (Communication audiovisuelle) 1999 Constitution Niger (Art 125 Conseil Supérieur de la Communication) 2012 Loi du 07 juin 2012 portant composition, attributions, organisation et fonctionnement du Conseil Supérieur de la Communication (CSC).
Chad	1960	1990 la libéralisation des ondes en 1990, "Les médias privés sont désormais reconnus comme éléments indispensables du système démocratique, une considération allant de pair avec une évolution plus professionnelle de leur contenu" (Kassé, 2001, p. 66). 1994 Loi 012/PR/19949 avril 1994 - LOi 19/PR/2003 du 24 octobre 2003 (création Haut conseil de la Communication)
Camerún	Enero 1960	1990 Loi n°91/052 du 19 décembre 1990 (fin monopole) 1991 Décret n° 91/287 du 21 juin 1991 portant organisation et fonctionnement du Conseil National de la Communication 2000 Décret n° 2000/158 3 avril 2000 Conditions exploitation

Gabon	Agosto 1960	1989 Loi n°4/89 du 9 juillet fixant régime juridique de la radiodiffusion et de la télévision au Gabon 1992 Loi n° 14-91 du 24 mars 1992 portant organisation CNC 1993 Ordonnance n°7/93 du 1 ^o octobre 1993 régime de la communication 2001 Loi n°12/2001 du 12 décembre 2001 Code de la Communication audiovisuelle (legislation du pluralisme)
--------------	-------------	---

Fuente: Elaboración propia, consulta de legislación y portales de los órganos reguladores, así como (Panos, 2005).

Como ya se ha advertido los países han seguido un procedimiento de liberalización en el que se aprecia un modo común de actuar, aunque con algunas variaciones por razón de momento elegido para el desarrollo de la apertura, orden en la materialización de los pasos, o por el rango de los textos legislativos para ejecutar la apertura de las ondas.

2.5.2 Articulación del pluralismo radiofónico

2.5.2.1 Los órganos de intervención y de decisión

Normalmente la autoridad reguladora en los países africanos suele ser el órgano encargado de ejecutar el proceso de concesión de licencias, tanto si se trata de un otorgamiento por concurso público como de la tramitación de la recepción de una solicitud de uso de una frecuencia. A él corresponde realizar la atribución, aunque quien habilita y autoriza el uso de una frecuencia es el gobierno, que tiene asignada esta misión. Esto es lo que sucede en la mayoría de países del entorno africano. La decisión final, por lo tanto, reposa en el poder ejecutivo, a pesar de la intervención del Consejo superior o Alta autoridad. Pero, de nuevo se va a constatar que hay una gran diversidad en la articulación del proceso.

En Mauritania, por ejemplo, la ley (Art. 22 Loi n° 210-045) establece que “ La licence est accordée par le Ministre chargé de la communication sur avis

favorable de la HAPA à toute personne morale qui en fait la demande ou qui satisfait aux conditions de l'appel à manifestation d'intérêt, et remplit les conditions prévues par la présente loi." Este es el caso también de la República Centro Africana o en Guinea, en cuya Ley nº 91/05/CTRN de diciembre 1991 de en su Art. 2. se atribuye exclusivamente al gobierno, una vez conocido el informe del Consejo nacional de la comunicación, "le droit de créer, de posséder, d'exploiter une station de télévision ou de radiodiffusion sur l'étendue du territoire national".

Incluso en Malí, país en el que se considera que el pluralismo radiofónico alcanza una de las cotas más altas del escenario africano, se establece que "l'autorisation de radio privées est délivrée par arrêté conjoint des ministres de la communication et de l'intérieur". (Lake, 1993, p.3) En Togo, por el contrario, la decisión recae sobre el órgano regulador, estableciéndose que como apunta la ley orgánica nº2004-021 de 15 de diciembre, " l'exploitation de programme de radiodiffusion et de télévision est soumise à une autorisation préalable accordée par la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la communication."²¹

En lo que se refiere a las exigencias previstas para el otorgamiento de las licencias generalmente, estas, en principio, son establecidas por el Ministerio con competencias en la materia. Ya que, como sucede en cualquier país occidental también, los pliegos de condiciones se presentan como la oportunidad para los gobiernos de trazar las políticas de comunicación. que desean. En materia de radiodifusión, es el modo de instaurar pautas y dibujar la estructura de la industria, y plasmar los objetivos de las políticas de comunicación del ejecutivo.

Un simple ejemplo que puede ilustrar esta situación, en representación de la mayoría de los países es el caso de Senegal cuya autoridad reguladora informa en su página web de que

Les conditions d'assignation de fréquences relèvent de l'appréciation discrétionnaire du ministère en charge du secteur de la communication. Les cahiers de charges, brevaires des obligations et engagements des titulaires d'autorisation d'exploitation et de diffusion de programmes audiovisuels sont élaborés par l'autorité publique en charge du secteur de l'audiovisuel...L'autorité

²¹ <http://www.haactogo.tg/?p=259>

de régulation est chargée de veiller au respect par tous les acteurs des règles, principes et stipulations contractuelles prévus pour encadrer l'activité du secteur audiovisuel²².

2.5.2.2. *Tipo de las licencias*

La diversidad existente en general en la forma de gestionar la liberalización de los países africanos se plasma en todos los órdenes de cosas, tanto en cómo son definidas como las licencias, como qué incluyen.

En Costa de Marfil el servicio público de radiodifusión es monopolio del Estado (servicio e interés general). Pero se entiende que ese servicio

...il peut être concédé à des établissements publics nationaux, sociétés d'économie mixte ou à d'autres organismes à caractère industriel ou commercial, ou encore à une ou plusieurs personnes physiques ou morales de droit privé pour une durée déterminée susceptible de renouvellement ou de prolongation. (Idimama, 2006, p. 19).

La licencia es obligatoria para poder ejercer la actividad radiofónica. En Nigeria este requisito se expresa de forma explícita en el Nigeria Broadcasting Code en el capítulo II en estos términos

..Licensing is the process of conferring legal authority to operate broadcasting under specific conditions as set out by the law. It shall be illegal for any person to operate or use any apparatus or premises for transmission of sound by cable, television, radio or satellite or other medium of broadcast from anywhere in Nigeria, unless licensed by the Commission. (Nigeria-Broadcasting-code).

En Gabon, se constata que las autoridades son tajantes en la prohibición de la emisión de una señal sin la previa obtención de una licencia. En su legislación - Loi n°12/2001 du 12 décembre 2001 portant Code de la Communication audiovisuelle, cinématographique et écrite en République Gabonaise- incluso se traslada la responsabilidad a aquellos empleados que

²² <http://www.cnra.sn/do/le-paysage/>

trabajen en este tipo de empresas. Así lo plantea en el Art. 160 "Aucun professionnel de la communication n'est autorisé à travailler dans une station pirate de réception ou d'émission". De modo que la actividad de aquel operador que emite sin licencia es considerada como ilegal.

En cuanto al contenido de la licencia que se exige a un operador para poder desarrollar su actividad, en Camerún no se limita al uso de la frecuencia y la difusión de una señal, incluye todas las actividades que culminan con la radiodifusión. En su Décret n°2000/158 du 03 avril 2000 fixant les conditions et modalités de création et d'exploitation des entreprises privées de communication audiovisuelle, establece que

"Article 8 :Les activités de communication audiovisuelle ... sont subordonnées à l'obtention d'une licence délivrée par arrêté du Ministre chargé de la communication, après avis motivé du Conseil National de la Communication."(Art.8, Décret n°2000/158).

En este sentido, las actividades para las que se exige licencia incluyen

Article 3 :(1) La production consiste en la conception et la réalisation de produits de radiodiffusion sonore ou de télévision.(2) Le transport consiste en la mise en place et l'exploitation d'installations techniques d'acheminement des signaux de communication audiovisuelle par faisceau hertzien, câbles, satellites ou tout autre procédé technologique.(3) La diffusion consiste en la mise à la disposition du public en clair ou crypté, de produits audiovisuels. (Art.3, Décret n°2000/158)

Si bien se exige una licencia a las empresas privadas para ocupar el espectro radioeléctrico, lo común es que los medios públicos estén exentos de pasar por todo el proceso de adjudicación de licencia. En Botswana

... no person shall carry out any broadcasting or re-broadcasting activity unless he or she has a valid licence issued by the Board. A state broadcaster shall not require a licence to operate. Therefore, any person or entity seeking to operate a system for the provision of broadcasting services has to obtain authorisation from BOCRA. (Botswana Communications Regulatory Authority)

2.5.2.3. *Los trámites de obtención de una licencia.*

Las vías por las que se inicia un trámite de concesión son dos básicamente. En la ley de la comunicación audiovisual mauritana, aprobada en 2010, se dispone que la licencia puede otorgarse simplemente mediante solicitud. Es decir,

...à toute personne morale qui en fait la demande ou qui satisfait aux conditions de l'appel à manifestation d'intérêt et remplit les conditions prévues par la présente loi." Aclara también que si la demanda es demasiado amplia se debe recurrir al concurso público. "Toutefois en cas de pluralité de manifestations d'intérêt ayant pour objet notamment la même offre de services ou la couverture d'une même zone géographique, la Haute autorité de la presse et de l'audiovisuel (HAPA) doit recourir à un appel à la concurrence (Art. 22 Loi n°2010-045)

De manera que, finalmente es el gobierno junto a la Autoridad competente quien decide si simplemente se responde a la solicitud de interés de un candidato, o bien se convoca concurso público.

En algunos países como en la República del Congo, cuando se trata de una demanda por parte de un promotor, la legislación (Loi n°8-2001 du 12 novembre 2001) "...stipule que toute personne physique ou morale, désireuse de créer une entreprise de communication audiovisuelle, doit, préalablement en faire la déclaration auprès du procureur de la République du lieu de la diffusion". (Maoundjonodji, 2005, p. 121).

De forma que, si hay frecuencias disponibles se estudia la posibilidad de concederlas, siempre y cuando el candidato cumpla las condiciones que se establecen²³.

²³ Con el fin de ilustrar con un ejemplo una llamada a proyectos, a continuación se plasma el contenido de la convocatoria realizada por la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle de Malí, que se encuentra a disposición de cualquier persona física o jurídica que desee poner en marcha una emisora de radio.

"Les autorisations d'usage des fréquences pour les radios privées commerciales et les radios privées non commerciales sont accordées à la suite, respectivement, d'un appel d'offres et d'un appel à candidatures.

Peuvent faire acte de candidature :

pour les radios privées commerciales, les entreprises :
- de droit ivoirien dont le capital social est libéré à hauteur d'au moins 50.000.000 de francs ;

Tanto si los trámites arrancan por solicitud de un promotor como si lo hacen por convocatoria pública, se observa que son mínimas las variaciones en lo que se refiere a la ejecución del procedimiento a seguir en la otorgamiento. Las formalidades suelen coincidir en la mayoría de los países estudiados.

Como cierre al proceso de concesión de la licencia para ejercer radiodifusión, se tiene que formalizar el acto administrativo mediante la suscripción de un contrato por parte de operador y Administración.

2.5.3. Configuración del sector radiofónico privado.

Aunque responden a las exigencias marcadas por el Ministerio de Información o Comunicación, las condiciones para la concesión de licencias suelen ser redactadas por la Autoridad reguladora. Así sucede, por ejemplo, en Mauritania. Las cláusulas de las convocatorias a proyecto, o concurso público son

- ayant leur siège social et leur siège d'exploitation en Côte d'Ivoire.
pour les radios privées non commerciales :

- les personnes morales de type associatif ou communautaire.

Le dossier d'appel d'offres ou d'appel à candidatures indique précisément (selon les cas) :

l'objet et les caractéristiques générales du service ;

les caractéristiques techniques d'émission ;

l'étude d'impact environnemental ;

les prévisions des dépenses et des recettes ;

l'origine et le montant des financements ;

la liste des administrateurs ;

la composition du ou des organes de direction ;

les statuts de la personne morale qui fait acte de candidature;

la composition du capital ;

le cautionnement, dont le montant fixé par décret, est de quatre cent millions (400.000.000) de francs CFA pour les radios privées commerciales et de trois millions (3.000.000) de francs CFA pour les radios privées non commerciales.

Le service de la radiodiffusion sonore autorisé est assujetti au paiement d'une redevance annuelle forfaitaire."

Una vez desarrollado el dossier con todo el contenido que se solicita en la convocatoria, éste es estudiado por la Autoridad reguladora independiente.

<http://www.haca.ci/operateur.php?ID=1&p=4>

establecidas por la Haute autorité de la Presse et de la communication, sin embargo la decisión de otorgamiento es competencia del poder ejecutivo. (Loi n° 2010-045 du 22 juillet). Pero ese documento normalmente suele basarse en un texto aprobado por el Gobierno o el Parlamento, y en el que se establece el marco de exigencia que tiene que servir como referencia para la redacción de los pliegos.

2.5.3.1. Aspectos sobre los que se basan las cláusulas de concesión.

Por lo general los pliegos abordan cuestiones como «des problèmes techniques concernant la programmation, les conditions d'accès du public au service, la diffusion des émissions, le contrôle de la concession, la publicité et le parrainage des émissions » (Idimama, 2006, p. 19).

La guía para la redacción de las cláusulas de los concursos, se establecen por norma. De manera que, los aspectos que se van a tratar en las cláusulas de los concursos, se aprueban previamente a la elaboración de pliegos. En Camerún vienen trazados por el Décret n°2000/158 du 03 avril 2000, fixant les conditions et modalités de création et d'exploitation des entreprises privées de communication audiovisuelle en Camerún.

Article 16 : Le cahier de charges, détermine notamment:

déontologie;

- les règles générales applicables à la publicité, au parrainage et au mécénat;
- les conditions techniques d'exploitation, à savoir: la zone de desserte, les fréquences assignées, les sites approuvés et les puissances apparentes rayonnées;
- les conditions de contrôles techniques annuels;
- les sources de financement;
- les modalités spécifiques de gestion du personnel;
- les modalités de contrôle des entreprises;
- les contributions à la gestion du spectre de fréquences. (Décret

n°2000/158)

Se regulan, por lo tanto, las cuestiones sobre las que se debe establecer las exigencias de los pliegos de condiciones. Cada país decide los aspectos sobre los que le interesa establecer los requisitos de concesión.

En otro país al que se acude para ilustrar esta cuestión, Togo, en la Loi n°98-004 du 11 février 1998 portant code de la presse et de la communication en République togolaise, también se plantean los puntos esenciales a tratar en el pliego de condiciones, y que deben guiar a los candidatos en la confección de los proyectos que deben ser evaluados para obtener una licencia.

Art. 40 Toute demande d'autorisation d'installation et d'exploitation de radio ou de télévision privées doit être adressée à la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication au fins d'établir le cahier des charges qui définit notamment:

- la durée et les caractéristiques du programme propre
- les zones géographiques et les catégories de services
- la puissance du matériel de diffusion
- le temps consacré à la publicité, aux émissions parrainées ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes
- les compensations financières à payer à l'administration;
- la part du chiffre d'affaires à consacrer au développement du patrimoine culturel national et à la promotion d'une industrie locale de production audiovisuelle
- la diffusion de programmes éducatifs à la protection et à la sauvegarde de l'environnement
- les pénalités en cas de non respect des obligations conventionnelles. (Loi n°98-004).

“Art.76.- Les obligations des entreprises privées en matière de programmation font l'objet d'une convention passée avec l'État, représenté par le ministère chargé de la communication”. (Loi n°98-004).

2.5.3.2. *Condiciones establecidas en las cláusulas*

El estudio de los pliegos de condiciones de una muestra de países africanos²⁴, permite identificar cuáles son los requisitos, condiciones o limitaciones a los que tanto gobiernos como autoridades reguladoras independientes someten a los virtuales operadores. Entre otras cuestiones destacan las relacionadas con el perfil de los candidatos, la limitación de la presencia extranjera, la exigencia de profesionalidad, la atención a la producción local.

Perfil de los candidatos

En la mayoría de países no se restringe a ningún tipo de candidato la formulación de una solicitud de licencia, aunque hay alguna excepción. Generalmente se suele abrir esta posibilidad a toda persona física o moral. Así lo expresan diferentes estados a través de su legislación (Rwanda: Loi n°18/2002 du 1^o juillet de 2002; República Centro África: Ordonnance n° 05/002 du 25 novembre 2004; República democrática del Congo: Loi n°96-2002 du 22 juin 1996 en la República Democrática del Congo; Chad: Loi n° 43/PR/94 du 8 novembre 1994; Togo: Loi n°98-004 du 11 fevrier 1998)

Sin embargo, en algunos Estados se limita la posibilidad de acceso a una autorización o licencia a determinados grupos. En países como Guinea, la apertura del espectro de frecuencias se ha vedado a dos tipos de colectivos, el político y el religioso. Así se hace saber en Abril de 1999 a través de un comunicado del gobierno “Le gouvernement de Guinée a finalement autorisé les stations de radio et télévision privées à émettre si elles ne sont pas sous le contrôle de partis politiques ou de groupes religieux, indique le communiqué du gouvernement lu à la télévision”²⁵

La actividad política es también incompatible con la radiodifusora en la República del Congo. Su prohibición se recoge en la propia Loi n° 8-2001 du 12

²⁴ Centroáfrica, Togo, Camerún, Burkina Faso, Chad, Níger, Mauritania, Sierra leona, etc.

²⁵ <http://www.irinnews.org/fr/report/68614/guin%C3%A9-le-gouvernement-autorise-la-cr%C3%A9ation-de-radios-priv%C3%A9es>

novembre, en la que se indica "...q'un parti politique ne peut exploiter, ni directement, ni par personne interposée, ni détenir des actions dans une entreprise audiovisuelle" (Art. 72). A diferencia de lo que sucede en Guinea, el gobierno congoleño sí da cabida en la estructura radiofónica a las confesiones religiosas, aunque estableciendo, como resalta (Maundonji 2005,122) ciertas reglas como la condición de que "la grille des programmes compte au moins 50% d'émissions religieuses et qu'elle engage à respecter le caractère laïc de l'Etat, à accepter la différence et à prêcher la tolérance"(Art.73).

En Gabón cualquier figura o cargo relacionado con el poder ejecutivo, judicial o el ejército tiene prohibido el acceso a la emisión de radio. Ser miembro del gobierno, funcionario, magistrado o personal de las fuerzas armadas y de seguridad es un impedimento para poder aspirar a crear y explotar una emisora de radio.

Capital

El temor a que la liberalización de la radio sirva a los grupos de multimedia para acaparar más espacio de la comunicación, y lesionar el precario pluralismo mediático con importantes concentraciones de propiedad, lleva a algunos Estados a limitar la participación en emisoras de radio a empresas que ya vienen desarrollando actividades relacionadas con la información y el entretenimiento. Hay países que no prestan atención a esta cuestión. Otros como sucede en Chad, consienten que una empresa de comunicación sea propietaria de hasta tres medios diferentes (Loi n°43/PR/94 8 de noviembre 1992). Camerún focaliza la atención en las editoras de prensa. Acepta que la propietaria de un periódico pueda tener acciones en una única emisora (Décret n° 2000/158 3 avril 2000). En Mauritania un grupo de comunicación no puede controlar más de dos medios, una publicación periódica y una emisora de radio. Así lo dispone en la Loi°2010-045 du 26 juillet 2010:

Art. 21 :Un opérateur de communication audiovisuelle titulaire d'une licence ne peut détenir directement, ou indirectement par l'intermédiaire d'une personne physique ou morale faisant partie de son actionnariat ou d'une personne morale

dont il est lui-même actionnaire une participation dans le capital social/ou des droits de vote que d'une seule société propriétaire de journaux ou écrits périodiques régis par la réglementation en vigueur....De même, une personne morale ou physique dont l'activité est la publication de journaux ou écrits périodiques ne peut détenir une participation dans le capital social de plus d'un opérateur de communication audiovisuelle titulaire d'une licence.(Loi^o2010-045)

Capital extranjero

En lo que se refiere a la presencia de capital extranjero en las empresas de radiodifusión, aunque hay Estados que no ponen ningún límite a la presencia de inversores internacionales entre los operadores de radio en el país - es el caso de Gabón-, lo común es encontrar en la Ley ciertas reservas ante la influencia extranjera en los medios. De manera que, en el marco legislativo suele figurar la necesidad de que el capital local sea mayoritario en las emisoras de radio.

Si bien en la República Centroafricana las autoridades se conforman con un mínimo de accionariado local de un 10%, en el resto de países el mínimo establecido se fija en el 51%. Esta es la pauta que siguen países como Congo, Níger, Chad o Togo, en cuya Ley n^o98-004 du 11 fevrier 1998, plantea en su art.38 que "Dans toute exploitation de radio ou télévision privée, quelle qu'en soit la forme, 51% au moin du capital social doivent être détenus par les nationaux...."

En Burkina Faso se establece una limitación en la que el recelo no se produce ni por temor a una concentración mediática, ni por temor al dominio extranjero. Se pone reparo a la empresa regida por una única persona o por una familia. En el artículo 13 de su pliego de condiciones dispone que " Lorsqu'une station de radiodiffusion sonore ou télévisuelle n'est pas une société anonyme, ses associés seront au moins au nombre de sept. Aucune station de radiodiffusion sonore ou télévisuelle ne peut être exploitée sous forme d'entreprise individuelle ou familiale." (Art.13. Décret n^o 95-306/PRES/PM/MCC portant cahier des missions et charges des radiodiffusions sonores et télévisuelle privée au Burkina Faso. 2011).

Personal

Hay algunos aspectos en los requisitos de los pliegos de condiciones que merecen ser destacados. Son los que se refieren al personal de la emisora de radio. Algunos Estados, si bien admiten inversión extranjera en el sistema radiofónico, son, sin embargo taxativos y exigentes es en lo que afecta a la nacionalidad del personal de la empresa de comunicación.

A tenor del contenido de las cláusulas estudiadas²⁶ se pueden ilustrar 4 situaciones en función del comportamiento del Estado. La primera corresponde a aquellos países en los que no se hace mención alguna al origen de los profesionales empleados en la emisora de radio del futuro operador. La ley de la comunicación audiovisual mauritana es una de las que no entra en el detalle de los rasgos de quienes deben desarrollar la actividad radiodifusora.

En un segundo estadio se encontrarían países como la República de Centro África, que demuestra ser flexible en cuanto a la presencia de capital extranjero en las empresas, pero que se muestra conservador en cuanto al perfil de los profesionales, ya que fija que un mínimo de dos tercios del personal local debe ser de nacionalidad centroafricana mediante la Loi n°5/002 du 25 novembre 2004.

En cuanto al tercer nivel, como se ha comentado con anterioridad, en Togo se permite que el 49% del capital de una empresa pueda ser extranjero, pero en lo que tiene que ver con los empleados, esta nación es muy estricta. Exige que el 80% de los técnicos y redactores sea togolés (Art.38.Loi n° 98-004 du 11 février 1998). Si bien no le importa tanto el origen de la inversión, sí que se preocupa en proteger la emisora desde dentro poniéndola en manos de profesionales autóctonos.

Camerún ilustra perfectamente el Estado que presenta el mayor nivel de exigencia. El espacio para la intervención de profesionales extranjeros es mínimo. Se reduce al 5%. Así figura en el Décret n° 2000/158 du 3 avril 2000 fixant les conditions et modalités de création et d'exploitation des entreprises privées de

²⁶ Centroáfrica, Togo, Camerún, Burkina Faso, Chad, Níger, Mauritania, Sierra leona, etc.

communication audiovisuelle. " Article 21 : Les personnels de nationalité étrangère employés dans une entreprise privée de communication audiovisuelle ne peuvent dépasser cinq pour cent (5 %) des effectifs. Leur recrutement s'effectue conformément aux dispositions du code du travail et de ses textes d'application."

Profesionalización

Otra acción conducida a través de las cláusulas de concesión y que afecta al personal de una emisora de radio, pero en otro sentido, es la que se observa en Ruanda. En este caso se busca la profesionalización de la actividad radiodifusora. De manera que se exige que

Article 39 : Toute entreprise de communication audiovisuelle est tenue d'avoir un Directeur de la chaîne, un Rédacteur en Chef et un Directeur de production jouissant de capacité juridique. Le Rédacteur en Chef et le Directeur de production doivent être respectivement journalistes de profession ou avoir une formation dans les métiers de la communication et de l'audiovisuel" (Loi No. 18/2002 du 11 mai 2002 régissant la presse et l'audiovisuel).

Otro país preocupado en garantizar la calidad del servicio radiofónico es Mauritania. Si bien es el último país en sumarse a la liberalización de la radio, impone a los solicitantes de licencia ciertos requerimientos relacionados con la profesionalidad del personal que debe llevar las riendas de la emisora. Así, en el artículo 18 de la Loi n° 2010 -044 du 22 juillet 2010, dispone lo siguiente:

Pour être candidat à une licence, le demandeur doit satisfaire aux conditions suivantes:

...

- comporter obligatoirement parmi ses actionnaires au moins un opérateur qualifié, personne physique ou morale ayant une expérience professionnelle probante dans le domaine de la communication audiovisuelle, qui devra détenir au moins 10% du capital social et des droits de votes de la société;
- comporter obligatoirement un personnel d'encadrement et d'exécution formé de journalistes et de techniciens professionnels ainsi que des spécialistes de la communication audiovisuelle. (Art. 18 , Loi n° 2010 -044).

- **Contenidos**

La actitud de varios países es proteccionista en términos de identidad cultural. Al redactar las exigencias a los operadores en materia de contenidos se les induce a promocionar lo propio. Favorecer a los artistas autóctonos y las expresiones y manifestaciones locales constituyen parte de los requisitos plasmados en los pliegos de condiciones para el otorgamiento de autorización o licencia de la mayoría. En este sentido incluso se llega a poner cuotas de producción local. Es el comportamiento observado en varios países. En el Chad, donde teóricamente se deja absoluta libertad en la decisión de los contenidos, se establece que “Les radios privées doivent consacrer au moins 30% de leur production aux émissions et à la musique nationales” (Maundonodji, p 204). El gobierno de Camerún fija en un 51% el volumen de la parrilla de programación diaria de producción local, excluidas las redifusiones. Pero además, en lo que se refiere a la música, la presencia de compositores e intérpretes cameruneses debe alcanzar el 60% de la difusión.

Las autoridades de Burkina Faso no sólo reclaman el reflejo de cierto pluralismo cultural y político en la programación, sino también plantean que “60% des programmes musicaux doivent être consacrés à la musique africaine dont 30% à celle d’expression burkinabé”. En Togo el cumplimiento de una cuota del 60% de producción propia es asimismo una exigencia para lograr una licencia. (Vittin, 1993, 135)

Técnicos

Los pliegos de condiciones para la obtención de una licencia o autorización para la creación y explotación de una emisora de radio generalmente incluyen una serie de medidas de carácter técnico de obligado cumplimiento por parte de los concesionarios. Esos requisitos suelen girar en torno al respeto en el uso de la frecuencia asignada, potencia de emisión, evitar interferencias. Dada esta

circunstancia resulta curioso, por ejemplo, que en Burkina Faso no se establezcan límites a la potencia de la emisión de los operadores, o que se permita a una emisora extender su señal al conjunto del territorio nacional, como se autoriza en Centro África o en Chad. (Maundonodji, 2005, pp 109-204)

Duración

El periodo por el que se concede la autorización o licencia de uso de una frecuencia suele ser de cinco años, renovables. Esa duración normalmente la fija la Autoridad independiente, y queda plasmada en los pliegos de condiciones de los concursos o proyectos. Así sucede entre otros países en Níger, Camerún, Centroáfrica, Togo, donde se hace constar en este último país la Haute autorité de l' audiovisuel et de la communication. "La durée normale d'une autorisation d'installation et d'exploitation d'une société de radio diffusion sonore est fixée à cinq (5) ans et celle d'une télévision à dix (10) ans. Elle est renouvelable..."²⁷

La duración se reduce, sin embargo, a tres años en Burkina Faso, donde se establece que la solicitud de la renovación debe realizarse tres meses antes de que expire la licencia. (Art. 2. Décret n° 95-306/PRES/PM/MCC portant cahier des missions et charges des radiodiffusions sonores et télévisuelle privée au Burkina Faso. 2011).

- **Aplicación de tasas según por tipo de emisoras**

Al plantear los requisitos de explotación de las frecuencias de radio, algunos Estados diferencian entre tipos de emisoras dentro de las posibilidades del ámbito privado, mientras que otros no lo hacen, generando perjuicio para algunos operadores.

²⁷ <http://www.haactogo.tg/?p=259>

Burkina Faso, por ejemplo, no establece distinciones entre las radios privadas, incluyendo como tales tanto a las asociativas como a las comerciales. Sin embargo, en Níger la ley de la comunicación audiovisual de 1993

...fait une distinction entre les projets commerciaux et les projets associatifs. Les premiers ont accès au marché publicitaires et les seconds sont financés par des "subventions publiques et privées, les cotisations de leurs membres ainsi que des dons et legs. Les radios et télévision associatives n'ont pas accès au marché publicitaire. (Lake, 1993, p.103)

El que las autoridades con competencias en materia de radiodifusión de un Estado distinguan entre diferentes modalidades de emisoras, puede ser beneficioso para los operadores, ya que en algunos casos, afecta a las tarifas que la emisora debe abonar por la licencia así como las cuotas anuales. Como señala Mary Myers, son muchos los Estados en los que no hay diferencia de tratamiento entre las emisoras comerciales y las comunitarias. Ambas son incluidas en la misma categoría "obliging them to pay the same taxes and licence fees, without recognising how punitive such fees often can be" (Myers, 2008, p.15).

En Sierra Leona, sin embargo sí que se establecen condiciones diferentes para cada tipo de emisora con sus efectos sobre los costes para las entidades

Pago tasas

El pago de canon en este proceso es ineludible. Las tasas por las licencias de emisora de radio, como ya se ha comentado, presentan diferentes cuantías en función de la categoría de operador. Una vez ha finalizado el proceso de tramitación en el que el candidato debe pagar por la apertura del expediente, el receptor de la licencia debe realizar un único pago por el registro de esta y otro anual por el uso del espectro radioeléctrico.

Los conceptos de estos impuestos son definidos de manera clara en la legislación Mauritana (Loi n° 2010-045 du 22 juillet 2010 relative la Communication audiovisuel de Mauritania) como

Art. 1.23 “Redevance: montant versé par l’attributaire d’une licence ou d’une autorisation d’exploitation de service de communication audiovisuelle.”

Art. 1.24 “Redevance pour utilisation du spectre: redevances destinées à couvrir les frais supportés par l’Autorité de Régulation dans la réalisation de sa mission de gestion et de surveillance du spectre de fréquences.

Si, a modo de ilustración, se toman como referencia las cuotas que figuran en el Media Code of Practice: Rules and regulations governing the establishment and operations of the print, electronic media and advertising in Sierra Leona, y que han sido establecidas por la Autoridad reguladora, Independent Media²⁸, se puede observar que las cuantías fijadas se construyen siguiendo diferentes criterios. Uno de ellos es el propósito de la actividad. Se distinguen aquellas empresas que buscan el beneficio económico, de aquellas que desarrollan su actividad sin ánimo de lucro o las que son de servicio público.

Tabla 33: “Licence Fees For Radio Stations”

	Registration	Annual Renewal
Commercial Radio stations	2.000.000 (SLL)*	1.000.000
Community Radio stations	1.000.000	500.000
Religious Radio stations	1.000.000	500.000
Public Service Radio		

Elaboración propia: Fuente Rules and regulations governing the establishment and operations of the print, electronic media and advertising in Sierra Leona y que han sido establecidas por la Autoridad reguladora, Independent Media Commission,

²⁸ Commission <http://mic.gov.sl/Portals/0/IMCCodes.pdf>

Se constata un tratamiento abiertamente diferencial en cuanto a la aplicación de las tarifas. Las emisoras comerciales soportan, por su condición, una cuota que dobla la que se asigna a las emisoras comunitarias y a las religiosas que contribuyen en menor cuantía. Mientras que las emisoras de servicio público están exentas de pago.

Los precios que se presentan son los estipulados para emisoras de 250 watios. La ampliación de la potencia supone el incremento del precio de las cuotas.

Leone sierraleonés 1 SLL = 0,000125136 EUR Euro1 EUR = 7.991,33 SLL

2.5.3.3. Ruptura del monopolio de la Radio pública en África

De una muestra de 25 países de los que se dispone de datos, se observa que la liberalización se hace efectiva entre 1987, momento en que Sierra Leona da el paso, hasta 2012, momento en el que Mauritania se decide a sumarse. Pero la primera mitad de la década de los 90 es el periodo en el un mayor número de países se suma a la ola de apertura de las ondas.

El monopolio público es roto tanto por emisoras de comerciales, comunitarias y asociativas, confesionales como por internacionales. Sin embargo, se observa que los proyectos de carácter religioso y los de índole comunitaria/asociativa son los más numerosos entre los primeros gestos de implantación de la radio privada.

Tabla 34: Emisoras que rompen el monopolio público

CAMERÚN	1997 Radio Catholique :Radio Reine
CENTRAFRIQUE	1995 Radio Catholique: Notre Dame
R. CONGO	1990 Radio Politique:Radio Alliance
R.D CONGO	1993 Radio Associative:Radio Maendeleo
GABON	1990 Radio Catholique:Radio Liberté
RWANDA	1998 Radio Internationales :La VOA, BBC,
CHAD	Radio Associative: Dja Fm /FM Liberté
MALI	1991 Radio Associative:Radio Bamakan
GUINÉE	1992/93 Radio Commerciale:Fréquence Gandal Modulée
GHANA	1992/93 Radio Evangélique:ICGospel church
NIGER	Radio Commerciale
GUINÉE BISSAU	1993 Radio Communautaire:(FAO)
CHAD	Radio Catholique:Radio Présence
SIERRA LEONA	1987 Radio Communautaire:Alquran Alkareen Broadcasting Station
MAURITANIA	2012 Radio commerciale:Mauritanides FM
BÉNIN	1990 Radio Associative:Radio Univers
BURKINA FASO	1990 Radio commerciale:Horizon FM
CAP VERT	1992 Radio Catholique:Radio Nova
COSTA DE MARFIL	1992 Radio commerciale:Radio Jeune Afrique + étrangères
GAMBIA	1990 Radio commerciale: RAdio One
SÉNÉGAL	Radios étrangères
TOGO	1992 Radio internationale: Africa n°1
MADAGASCAR	1991 Radio politique: Radio Feon'ny Vohoaka

AFRIQUE DU SUD	1995 Radio communautaires
MALAWI	1998 Radio évangélique: African Bible College

Elaboración propia fuentes: Institut Panos Paris. (1993). *Le pluralisme radiophonique en Afrique de L'ouest Tome 1 y 2*, Paris:l'Harmattan; Institut Panos Paris.(2005).*Cadres juridiques et pratiques du pluralisme radiophonique*, Paris: Karthala; Tudesque, A.J. (2002) *L'Afrique parle, l'Afrique écoute. Les radios en Afrique subsharienne*. Paris: Edit.

2.6. APROXIMACIÓN AL PAISAJE RADIOFÓNICO EN EL MARCO DEL SISTEMA MEDIÁTICO AFRICANO

En el proceso de acercamiento al paisaje radiofónico en Africa es preciso definir previamente los rasgos del sistema mediático más extendido en el continente. Esto contribuirá a explicar la configuración del sector radiofónico de los diferentes países africanos.

2.6.1 El sistema mediático en África

Hasta la fecha es posible encontrar algún texto en el que se someta a estudio, en un país africano determinado, alguna o varias de las variables de la propuesta de análisis de sistema mediático realizado por Hallin y Mancini (2004), que sirven para caracterizar un paisaje mediático y situar su modelo. No hay investigaciones en las que un autor se haya atrevido a clasificar de forma fundamentada los diferentes sistemas mediáticos del continente africano o incluso a formular modelos adaptados a esa realidad. No obstante, Marie Soleil Frère, se aventura a realizar una propuesta de modelo a partir de la observación y del conocimiento del contexto mediático africano, aunque sin profundizar de manera científica en la aplicación y descripción de los elementos que intervienen en su definición.

Los elementos de los que Marie Soleil Frère parte tienen que ver con el sistema político de los países africanos. Más allá de algún país que pueda no encajar en el perfil que se describe, en principio los politólogos los definen así:

“Une panoplie de termes a été inventée pour désigner ces types de régimes. Farred Zacharia parle de démocraties “illibérales” (1997, Andreas Shedler d’“autoritarismes électoraux” (2006), Marina Ottaway de régimes “semi-autoritaires” (2004), Larry Diamond de régimes “hybrides” (2002) ou de “pseudo démocraties, Paul Brooker de “semi-dictatures” (2009). “(Frère, 2016, p. 203).

Con esa terminología los autores sólo pretenden reflejar una situación sobre la que ya he hecho referencia en el epígrafe dedicado al contexto político de Africa. El modelo de régimen que se impone se caracteriza por jugar con elementos opuestos. De un lado se trata de regímenes que están orientados a acciones aparentemente democráticas, gobiernos que emprenden reformas institucionales, permiten el multipartidismo e incluso convocan y participan en comicios electorales. Sin embargo esto se conjuga con actitudes y comportamientos contrarios a los que corresponden a una sociedad democrática, marcados por la represión, el hostigamiento, el fraude electoral. Se trata de Estados en los que el poder gira en torno a un líder. Son gobiernos muy personalizados en los que hay una obsesión por parte de los mandatarios en perpetuarse en el poder.

La repercusión de estos modelos de régimen afecta evidentemente a los medios de comunicación. De manera que, como sostiene M. S Frère, “Le système médiatique des pays d’Afrique francophone reflète le caractère semi-autoritaire du régime politique”. La propuesta de la autora es que “Dans un tel contexte, les systèmes médiatiques d’Afrique francophone semblent pouvoir être qualifiés de “libéraux autoritaires”, ou de “pluralistes autoritaires”, ce qui apparaît comme une contradiction à première vue mais reflète le fait qu’ils allient, eux aussi, traits démocratiques et pratiques dictatoriales.” (Frère, 2016, p. 203)

Existe un pluralismo aparente, la libertad de prensa y de empresa audiovisual viene recogida en la Constitución o en leyes orgánicas, hay un desarrollo de instituciones que sirven para garantizar los oportunos mecanismos de concesión de licencias y una correcta distribución del espacio radioeléctrico. Pero todo esto no es más que una fachada, bajo la que los medios suelen estar sometidos a un poder poco sensible a la libertad y a los preceptos de la democracia.

2.6.2. El paisaje radiofónico africano

Como se viene constatando, la diversidad marca la categorización de las emisoras en los distintos territorios. En el proceso de configuración del sector radiofónico, cada país muestra un comportamiento diferente en lo que se refiere a una cuestión tan básica como el establecimiento de tipologías de emisoras. No hay un catálogo estandarizado de modalidades de radios en África. La única coincidencia es la dicotomía entre medio público y privado. Como sostiene Tudesq,

Sur le même poste de radio, l'auditeur peut entendre des radios d'origine géographiques, de statuts, de langues et de tendances qui diffèrent ou même s'opposent. L'éventail des possibilités offertes varie d'un pays à l'autre et de l'intérieur d'un pays. Même si l'auditeur ne perçoit pas la différence et ne sait parfois même pas quelle radio il écoute, la diversité du paysage radiophonique est une situation nouvelle et mouvante; il est cependant nécessaire d'en faire le point, tout en sachant qu'il se modifie sans cesse. (Tudesq, 2002, p.39)

Hay Estados que distinguen tres subsistemas, el público, privado y comunitario, mientras que hay otros que sólo diferencian dos subsistemas, el público y el privado. Este último, en ocasiones, incluye las emisoras de carácter comunitario o asociativo.

Determinados países contemplan las emisoras confesionales, que etiquetan como emisoras comunitarias, aunque otros, ni las nombran. Hay naciones que consideran como una modalidad propia las iniciativas de operadores internacionales. Otros no aluden siquiera a ellos. Algunas autoridades reguladoras plantean modalidades de cobertura como elemento diferenciador entre cadenas. Pero no todos establecen los ámbitos como criterio de categorización.

De manera que el investigador se enfrenta a fisonomías del sector radiofónico de un país a otro muy diversas. Pero además, como afirma Jean Michel Brosseau, citado por Pascal Berqué, es muy difícil establecer categorías de

radios ya que “la réalité se plie difficilement aux typologies. Dans la pratique, les frontières entre les différents types de radios sont fragiles, flexibles et mouvantes, brouillant la lecture des paysages radiophoniques”. Para ilustrar esta gran dificultad, Berqué cita ejemplos como “...les radios publiques commerciales, les radios communautaires commerciales, commerciales communautaires, localomondiales (retransmettant les journaux de RFI, VOA, BBC, etc...) (Berqué, 2001, p.83).

Es muy difícil encontrar datos en conjunto de las emisoras en el continente africano. Cameco²⁹, en 2005 elabora una base de datos limitada, no se sabe muy bien hasta qué punto es rigurosa, pero es la única que ofrece una entidad fiable como esta. A partir del tratamiento de esos datos, se observa que el paisaje radiofónico de África es desigual de un país a otro, tanto en el volumen de emisoras como en sus modalidades. Para valorar estos dos indicadores del sistema radiofónico se requeriría de una serie de información complementaria de la que no se dispone, de manera que, el comentario que se realiza a continuación no tiene un carácter de análisis comparativo sino meramente descriptivo.

A tenor de los datos obtenidos, se observa que salvo en Somalia, en el resto de Estados existe al menos una emisora pública. Hay incluso países que sólo cuentan con esta modalidad de medio. Es el caso de Argelia país todas las radios son públicas (32), Libia (8), Mauritania (4), Egipto(3), En Nigeria aunque hay cuatro emisoras privadas comerciales en el país, el resto (20) es de titularidad pública (20). Lo mismo sucede en Marruecos 11 de las 12 emisoras implantadas dependen de la administración. En el caso de Camerún se aprecia una fuerte presencia de este tipo de emisoras, que alcanzan las 19 en todo el país.

En lo que se refiere a las emisoras privadas comerciales, se advierte que sólo hay un país en el que las radios instauradas por empresas que aspiran a obtener beneficio superan el resto de modalidades. Se trata de Togo (30). En Uganda hay el mismo número de emisoras comerciales que religiosas, y en

²⁹ El Consejo Católico para los Medios (CAMECO) - en inglés: Catholic Media Council - ofrece consultoría y asesoramiento en el campo de los medios y la comunicación en Asia, África, América Latina, Europa Central y del Este, el Medio Oriente y el Pacífico.<http://www.cameco.org/espanol/nosotros/>

Burkina Faso, aunque hay un importante volumen de emisoras privadas, éste se ve superado por el de radios asociativas.

Las emisoras comunitarias encabezan con bastante margen la relación de radios en varios países. El 80% de las emisoras de Sudáfrica (80 sobre 95) es de carácter comunitario. Le sigue Mozambique, con un 76% (34 de 45), Chad con 65% (15 de 23), Senegal con 46% (25 de 54), Costa de Marfil 44% y Bénin con 44%.

En cinco países del continente africano las radios religiosas superan a todas las demás categorías de emisoras. Uno de ellos es Zambia, donde 10 de las 15 radios activas en ese territorio son confesionales. Lo que representa el 66%. En Tanzania son más de la mitad (52%) de las cadenas implantadas (12 de 23). Mientras que en Madagascar llegan al 44% (12 de 27) o en República del Congo al 36% (66 de 183) o el 24% en Burkina Faso (18 de 75).

En cuanto al último tipo de emisoras tratado, las internacionales, son las que registran una menor presencia en el conjunto de los países. Sin embargo, la iniciativa internacional ocupa un relevante espacio en países en los que el número de emisoras es bajo. Por ejemplo, Guinea Ecuatorial 2 de las 5 emisoras son internacionales, en Guinea Bissau son 2 sobre un total de 8, o en Centroáfrica 3 sobre un conjunto de 15 emisoras.

Por último hay que señalar que hay un grupo de emisoras que no están etiquetadas ya que no responden de forma clara a ninguno de los parámetros de clasificación.

Tabla 35: Distribución de emisoras en el continente africano.

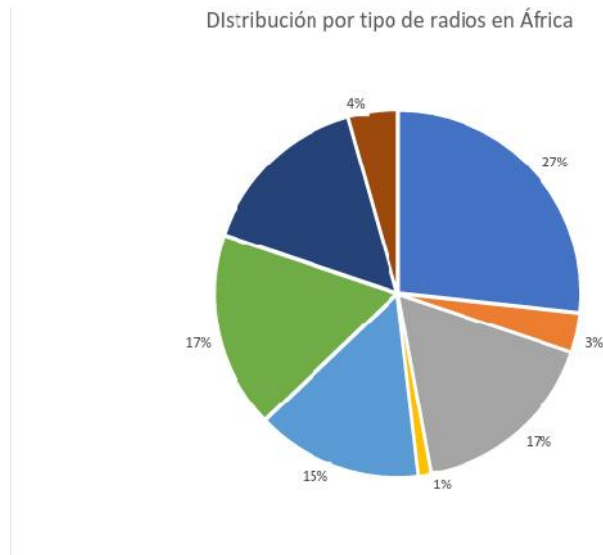
País	TOTAL	R.públicas	R.comerc.	R.Com/as	R.Religiosas	R.Intern	No identi
Argelia	32	32					
Angola	7	1	5		1		
Benín	57	5	8	25	5		14
Botsuana	3	1	2				
Burkina Faso	75	2	23	27	18	5	
Burundi	16	2	1		4	3	3
Camerún	61	19	6	13	4	3	16
Cabo Verde	7	2	3	1	1		
Centroáfrica	15	1		5	5	3	1
Congo	19	2	2	7	1	3	4
Costa de Marfil	41	3	3	18	9	4	3
Djibouti	1	1					
Egipto	3	3					
Eritrea	2	1					1
Etiopía	9	5	1	2			1
Gabón	19	2	7	2	5	3	
Gambia	5	1	3				1
Ghana	28	9	8	3	1		7
Guinea	4	2	1	1			

Guinea Bissau	8	1	2	1	1	2	1
Guinea Ecuat.	5	2		1	1	2	
Kenya	22	4	9	2	5	1	1
Lesotho	5	1	1		1		2
Liberia	11	1	2	1	3	2	2
Lybia	8	8					
Madagascar	27	1	6	1	12	2	5
Mali	85	2	5	24	4	2	48
Malawi	12	1	1	3	4	1	2
Marruecos	12	11			1		
Mauritania	4	4					
Mauricio	6	1					5
Mozambique	45	1	1	34	9		
Namibia	11	1	4	1	2		3
Níger	8	2	5	8			5
Nigeria	28	20	4				4
R.D Congo	183	10	30	58	66	1	18
Reunión	5	1	1	1	1		1
Ruanda	14	4	3	2	2	3	
Santo Tomé	2	1			1		
Senegal	54	3	18	25	2	4	2
Sierra Leona	16	2	1	2	3	2	6

Somalia	4						4
Sudáfrica	95	4	7	80	4		
Sudán	2	1					1
Suazilandia	3	1	1		1		
Tanzania	23	3	5	1	12	2	
Chad	23	1		15	4	3	
Togo	88	9	30	21	16	4	8
Túnez	3	1					2
Uganda	71	4	12	6	12	2	35
Zambia	15	1	3	1	10		
Zimbawe	2	1	1				

Elaboración propia: a partir de datos de Radios en Afrique propiedad de CAMECO África Desk acceso en http://www.mediafrica.net/DOCS/Radios_AFR_Table.pdf

En términos globales en el continente africano se observa que entre las emisoras privadas, se puede afirmar que cerca de una de cada tres radios son comunitarias. En segundo lugar, compartiendo una presencia en una horquilla entre las 16 y 17%, se encuentran las cadenas comerciales, confesionales y públicas. El grupo de emisoras que no están clasificadas ocupa un porcentaje importante también, 15%. Y finalmente, las emisoras internacionales sólo alcanzan el 4% y las rurales el 3% del conjunto del paisaje radiofónico de África.

Gráfico 1: Distribución por tipos de radios en África

Community/Associative: 27%

Rural Local ACCT 1: 3%

Religios cofessionnel: 17%

Humanitaire: 1%

Privée: 15%

Commercial:17%

Public FM: 16%

International: 4%

CAPITULO III. LOS MODELOS DE RADIO EN ÁFRICA

El objetivo que preside este capítulo es revisar los diferentes modelos de radio que se registran en África. Dado que no se puede ofrecer un estudio riguroso sobre toda la casuística de la radio en el continente, el trabajo se propone describir y exponer la situación de los modelos establecidos a partir de las categorías de radio reconocidas - radio pública, radio comercial, radio comunitaria, radio confesional, radio internacional- y la incorporación de otra forma característica de radio en África como la radio de conciliación. De cada modelo se distinguen los principales rasgos y actores que intervienen en su implantación y funcionamiento. Asimismo se intenta ilustrar cada uno de ellos mediante la aportación de los casos más significativos de los diferentes países del continente africano. Se trata, por lo tanto de aportar cierta sistematización al complejo espectro de emisoras de África del que, Tudesq llama la atención sobre el hecho de que:

Sur le même poste de radio, l'auditeur peut entendre des radios d'origine géographiques, de statuts, de langues et de tendances qui diffèrent ou même s'opposent. L'éventail des possibilités offertes varie d'un pays à l'autre et de l'intérieur d'un pays. Même si l'auditeur ne perçoit pas la différence et ne sait parfois même pas quelle radio il écoute, la diversité du paysage radiophonique est une situation nouvelle et mouvante; il est cependant nécessaire d'en faire le point, tout en sachant qu'il se modifie sans cesse. (Tudesq, 2002, p.39)

3.1. LA RADIO PÚBLICA EN AFRICA

La radio pública es el medio presente en todos los países del continente. Incluso Somalia, aunque no hay datos fiables, cuenta con una emisora pública de reciente creación. En este apartado se pretende explorar tanto el modo en el que ha tomado forma, los modelos, el estatus alcanzado, su estructura interna, su

estrategia de descentralización, el modo de financiación así como sus principales contenidos.

3.1.1. Origen y consolidación de las emisoras públicas en África

Durante el periodo en el que los países africanos alcanzan su independencia la radio adquiere una gran importancia como medio de comunicación para los nuevos dirigentes africanos, de ahí el impulso percibido en la puesta en marcha de la radio pública durante el comienzo de la década de los 60. Como sostiene Tudesq (1998, p.78), en este periodo, la radio se convierte en una herramienta imprescindible para reforzar el sentimiento de pertenencia a un territorio y a una cultura. Esa es la razón por la que las jóvenes instituciones se esfuerzan en ampliar la cobertura de las emisoras. Era necesario contactar con la población dispersa. Las declaraciones del alcalde de Bamako, Modibo Keita, cuando se inauguran las emisiones de la Radio Soudan en 1957, y que reproduce Tudesq en su obra, ilustran con precisión esa realidad:

...la radio se doit donc d'aider les populations soudanaises à se connaître entre elles pour prendre conscience de cette similitude, reflet d'une communauté de sang et de destinée, à affirmer leur personnalité collective... la radio est un instrument efficace pour tenir au jour le jour nos collectivités au courant des desseins de notre politique. (Tudesq, 1998, p.78)

En cuanto al origen de muchas de las emisoras públicas en África, éste se sitúa en la etapa colonial. De manera que las radios fundadas entonces han ido evolucionando a lo largo de los años pasando a ser gestionadas por las nuevas naciones, en muchos casos mediante procesos de nacionalización. Así lo señala Tozzo (2005, p.101) que afirma que "héritages de la période coloniale, les médias publics en Afrique de l'Ouest ont été pris en charge par les autorités politiques issues des indépendances". El medio pasa a ser responsabilidad de los nuevos gobiernos autóctonos.

En ese proceso no solo se modifica la razón de ser de esas emisoras, sino también su nombre, y su estatus. Es el caso de la radio pública de Guinea, que se denomina en sus orígenes durante la etapa colonial, en 1950, Radio Banane. En esos años su objetivo se limitaba a ser “...un outil de communication entre exportateurs, producteurs, commerçants et importateurs”. Con el paso del tiempo y la recuperación del país por su población local, la emisora cambia su fisonomía y forma jurídica hasta convertirse en la institución actual (Institut Panos, 1993, Tomo 2 p. 67). Otro caso singular es el de Cabo Verde, cuya radio pública nace en 1985, ya en la etapa postcolonial, como consecuencia de la fusión de emisoras que venían operando antes de la independencia del país, en la década de los 70. En cuanto a la radio pública de Burkina Faso, inicia su andadura como Radio Haute Volta en 1959, pero pocos años más tarde se acoge a su denominación actual. Se puede citar también la radio de Costa de Marfil, que comienza sus emisiones en 1951 como Radio ABidjan, y once años después adopta el nombre de Radio Côte D’Ivoire, y se instituye como Radio pública (Institut Panos, 1993, tomo 1 pp 59; 74).

Los gobiernos africanos que emergen del proceso de independencia, que culmina en la mayoría de los casos en la primera mitad de la década de los 60, mimetizan en su relación con los medios públicos a los gobiernos coloniales, “(ils)...ont adopté le même modèle de médias publics étroitement contrôlés par le gouvernement, par le biais du ministère en charge de l’Information” (Tozzo, 2005, p.101). En este escenario la tendencia es que algunos Estados presentan cierta resistencia a abrir la radio a la iniciativa privada. De manera que a lo largo de tres décadas las emisoras públicas han ostentado el monopolio de la radiodifusión en África (Institut Panos, 1997, p.66). Estas circunstancias han propiciado, de un lado, cierto deterioro en la calidad de los programas -no era necesario competir por obtener buenos resultados-, y pérdida de credibilidad, dada la dependencia del gobierno por parte de los gestores de las emisoras. Sin embargo, esto, a lo largo de los años, no ha mermado en muchos casos los índices de audiencia.

El liderazgo de la radio pública, que incluso se mantiene en algunos países ya en la etapa de liberalización de la radiodifusión, se debe, a tenor de los resultados del Estudio de Open Society foundations de 2013, a que “They are

usually the only broadcaster in the country with a nationwide network for both radio and television transmission, including services to remote rural areas which are uneconomical to run and thus mostly ignored by commercial broadcasters.” (OSF, 2013, p.29). Hay otros factores que acercan la radio pública a la audiencia, que tienen que ver con la descentralización de la radio y el uso de las lenguas autóctonas. Generalmente las emisoras públicas suelen tener coberturas nacionales, facilitadas por el uso de ondas cortas y ondas medias. Pero además desarrollan estrategias de aproximación a la población utilizando la tecnología de la frecuencia modulada, y comunicando en las lenguas propias de las diferentes áreas geográficas.

Los datos de audiencia aportados en el estudio mencionado revelan la preferencia de la población de países como Namibia, Nigeria, Suráfrica, Zambia y Kenia por las emisoras públicas de su país. Aunque no es posible ofrecerlo en este trabajo, para poder valorar esta información, sería preciso realizar un análisis pormenorizado de las cifras de audiencia en relación con la oferta de canales para poder verificar el interés real de los oyentes por los contenidos de las radios públicas (OSF, 2013, p.29).

Sin embargo, a pesar de los niveles de audiencia, en este mismo estudio se revela que

People in the countries surveyed³⁰ are in their majority dissatisfied with their national broadcasters because they regard them as government controlled , designed to convey government’s view of things and protect and advance government’s interests.

This government control over the national broadcasters, critics say, is evident both in their manner of organisation and in their output. Their governing organs (board and management) are appointed largely or exclusively by government, they are owned, supervised and maintained by government and often run as government departments, with employees having the status of civil servants. (OSF, 2013, p. 50)

³⁰Benin, Camerún, Kenia, Mali, Mozambique, Namibia, Nigeria, Suráfrica, Uganda, Zambia, Zimbabue.

El excesivo control de los gobiernos africanos sobre su radio pública es uno de los aspectos más cuestionados de la estructura radiofónica en el continente.

3.1.2. Modelos y estatus de radio pública

Los modelos de radio pública que se originan en los diferentes países se trazan en función de la relación que se establece entre los poderes públicos y el medio. Las clasificaciones de las emisoras públicas africanas ofrecidas por los investigadores difieren una de otras, ya que intervienen distintos criterios.

Desde Open Society Foundations, se alude a cuatro formas legales de empresas a partir de la vinculación y participación del Estado en la propiedad de la emisora pública. Aunque no se desarrollan con detalle los modelos, sin embargo se ilustran con ejemplos de países africanos cuyas entidades públicas responden a las características señaladas. Las cinco formas legales son las siguientes:

- ...that of a public establishment (in Mali)
- a public company (in Mozambique)
- with the state as the sole shareholder (in South Africa and Zimbabwe)
- a parastatal owned by government (in Nigeria and Uganda)
- a government-owned statutory corporation (in Zambia). (OSP, 2013, p.37)

Por su parte, los estudiosos del Instituto Panos diferencian, de entrada dos tipos de empresas radiofónicas públicas, las personas jurídicas de derecho público y las de derecho privado.

Dentro del primero, se establecen dos modalidades de emisoras. Por un lado, se encuentra “la radio nationale est érigée en établissement public à caractère administratif, donc en établissement à gestion publique”. Este es el caso de las emisoras públicas de Guinea, Burkina Faso, Mali y Ghana. Se caracterizan por el hecho de que se rigen por el derecho público. Tienen que proveer un servicio.

Para ello están dotadas de autonomía financiera. No pueden realizar actos comerciales con fines lucrativos.

Por otro lado, se encuentra el modelo en el que “la radio nationale est un établissement public à caractère industriel”. La cadena pública de Guinea Bissau es un ejemplo. Este organismo puede realizar actos comerciales, aunque no se rige por el derecho privado. Tampoco se le permite la posibilidad de obtener beneficios económicos ni de competir en el mercado radiofónico.

Las radios públicas en el escenario del derecho privado se presentan bajo dos formas. En una de ellas, constituida como sociedad comercial, el capital está íntegramente suscrito por el Estado. Senegal es un país que ha elegido esta forma de radio en la que, si bien, en principio, goza de cierta independencia, sigue estando bajo el control de la Administración.

Por último, se encuentran las emisoras públicas creadas bajo la modalidad de empresa de economía mixta. En este caso, el capital está suscrito tanto por el Estado como por el sector privado. En este tipo de sociedades, a las que se atribuye una misión de servicio público, generalmente la Administración suele disponer de la mayoría del accionariado. Costa de Marfil sigue esta fórmula mixta en su propuesta de emisora pública. (Institut Panos, 1997, pp. 67-68) En Ghana se localiza una emisora de estas características en el seno de Ghana Broadcasting Corporation. Una de sus emisoras, Joy FMJ es fruto de la colaboración del ente público y una empresa privada. (Tudesq, 2002, p.46).

La corriente de democratización que se produce, con mayor o menor éxito en África a lo largo de la década de los 90, y que trae consigo gestos de liberalización, propicia cierta reflexión en los Estados en torno a los modelos más adecuados de radio pública. En algunos países se revisa la forma de gestión de las emisoras e incluso sus objetivos, y su misión (Tozzo, 2005, p. 100).

Aunque en cada país se ejecuta de forma diferente la misión de servicio público de radiodifusión, siempre en función del nivel de apertura democrática y de las necesidades de la sociedad, sin embargo, algunos países como Costa de

Marfíl, Senegal, Burkina Faso o Mali , coinciden en atribuir a las radios públicas la responsabilidad de

contribuir à l'édification de l'unité nationale , participer au développement du pays, informer les citoyens, défendre les intérêts nationaux, répondre aux besoins et aux aspirations des populations en matière d'éducation, de formation, de culture et de divertissement et assurer une expression équilibrée des différents courants d'opinion. (Institut Panos, 1997, p.70)

En Cabo Verde, el Décret n°138/84 du 31 décembre 1984, por el que se instituye la Radio Nationale du Cap Vert, establece que la radiodifusión pública debe "garantir une information claire et objective et contribuer à la formation d'une opinion publique consciente" (Institut Panos, 1993, p. 59).

3.1.3. La estructura interna de la Radio Pública

Como ya se ha apuntado, hay un interés en revisar los modelos de gestión de radio pública con el fin de adaptarlos a la corriente de democracia, pero basta recorrer las diferentes formas de elección de los responsables de los entes de radiotelevisión estatales para advertir que el control del Estado sobre las empresas es muy estrecho. Entre los países de los que se dispone de datos (Benin, Camerún, Kenia, Mali, Mozambique, Namibia, Nigeria, Suráfrica, Uganda Zambia y Zimbabwe), se observa que en todas las emisoras de radio públicas existe un Consejo de Administración o Junta Directiva integrados por un número variable de miembros. Con la excepción de Suráfrica y de Zambia (dos casos de nueve estudiados), la mayor parte de los componentes de los Consejos de administración de las empresas públicas del resto de países suele ser designada por el gobierno. En unos casos, son los ministros los que designan a los consejeros. Pueden ser del área de información o comunicación (Nigeria) o servicio audiovisual (Namibia), o de finanzas (Mozambique), o de cualquier otro (Bénin, Camerún, Mali).

En algunos casos sólo eligen algún miembro o la mayoría de los miembros. Pero en otros es el ministro quien los elige a todos (Uganda o Zimbabwe).

Suráfrica rompe con la tónica general de designación de los componentes del Consejo de Administración por parte del gobierno. En este caso, el Parlamento asume esa responsabilidad a partir de una relación de candidatos a los que se somete a entrevista pública. En el caso de Zambia, si bien es el ministro de comunicación audiovisual el encargado de proponer una lista de posibles profesionales con un perfil adecuado para formar parte del Consejo de Administración, es el Parlamento, el que, en última instancia, realiza la selección final.

El Presidente en unos casos, o el Director general, en otros, es la figura que asume la máxima responsabilidad y autoridad respecto a la gestión de la radio y televisión públicas. Este cargo suele ser de designación directa por parte del ministro del ramo de la comunicación (Benin, Kenia, Namibia, Nigeria), el Consejo de Ministros (Mozambique) o incluso por el propio Presidente del país (Camerún). En Mali, es el mismo ministro de Comunicación quien asume la Presidencia de la Junta Directiva. En el ANEXO 02 se ofrece la configuración de los Consejos de 11 países africanos.

Acceso de los partidos políticos

En la descripción de la fisonomía de la radio pública en África, el acceso de los partidos políticos al medio y su regulación puede revelar el nivel de democracia interna. El estudio del Institut Panos realizado en 1997 pone de relieve que en esa etapa, existían varias tendencias. En algunos casos como en Guinea Bissau, la participación de las organizaciones políticas en las emisoras públicas está determinada por ley. Los tiempos de presencia están establecidos en función de la representación de estas en las instituciones. En Costa de Marfil es la autoridad reguladora independiente la que organiza los tiempos y las formas de acceso. Mientras que en Mali se ha constituido una autoridad creada ex profeso

para gestionar la participación política. Se trata del Comité national d'égal accès aux médias d'Etat. Este órgano es resultado del desarrollo del artículo 7 de la Constitución (Décret n° 92-0731 p-ctsp portant promulgation de la Constitution) "La liberté de presse est reconnue et garantie. Elle s'exerce dans les conditions fixées par la loi. L'égal accès pour tous aux médias d'Etat est assuré par un organe indépendant dont le statut est fixé par une loi organique." En Burkina Faso los tiempos de uso del medio público sólo quedan marcados durante el periodo electoral. El caso de Ghana resulta curioso ya que, no hay legislación ni reglamentación respecto al acceso de los partidos políticos. Cualquiera de ellos puede difundir sus comunicados. Basta pagar por la emisión del contenido, como si se tratara de cualquier empresa o firma (Institut Panos, 1997, pp 72-73).

3.1.4 Financiación de las radios públicas

La financiación de las emisoras públicas en África varía de un país a otro, tanto en sus fuentes como en la proporción de estas en el presupuesto de la radio. Quizá el único rasgo común que cabe atribuirle es su carácter mixto.

En lo que se refiere a la procedencia, una de ellas es la subvención estatal. Generalmente las cantidades son asignadas desde los Ministerios de Información o de finanzas del país. Se realiza desembolso anual, aunque en algunos casos la ayuda tiene carácter trianual o quinquenal (Mozambique). Las cifras han ido decreciendo a lo largo de los años de forma generalizada en el conjunto de los países. Algunos Estados como Malí, Namibia o Mozambique se hacen cargo de un porcentaje importante del presupuesto de sus emisoras públicas, frente a otros países, que quizá con más posibilidades económicas, sólo contribuyen a través de ayudas, con el 2% de los fondos de la cadena. Es el caso de Suráfrica.

Tabla 36: Proporción de financiación pública

Camerún	24
Malí	70
Mozambique	60
Namibia	55
Suráfrica	2
Zambia	15

Elaboración propia: (OSF, 2013, P43)

En cuanto al resto de formas de obtención de ingresos, la publicidad es, evidentemente, la más recurrente. Si bien en algunos casos, sirve para completar las necesidades económicas, en otros, es la principal fuente de financiación de la emisora pública. Compete de manera agresiva por el mercado publicitaria hasta tal punto que pierde identidad como medio público hasta el extremo de que

They also opt for cheaper programmes (either foreign products or less costly local formats) and/or genres that will raise maximum advertising proceeds (such as programmes targeting those with higher incomes). Audiences are regarded and treated as consumers and not as citizens. (OSF, 2013, p. 44)

Es el caso de emisoras públicas como Arc en Ciel, de Burkina Faso. Fue incluso desarrollada para competir en sus contenidos - musicales y culturales- y captación de publicidad con la emisora privada comercial, Horizon FM. (Institut panos, 1993, Tomo 1, p.24) El mercado publicitario no siempre es un recurso, ya que en aquellos países con una precaria situación económica, las emisoras no cadenas públicas no pueden aspirar a obtener ingresos por esta vía. (Gambia).

El alquiler de espacios de la parrilla de programación tanto a emisoras extranjeras, ONGs, o empresas y firmas, es una fuente empleada por algunas cadenas públicas. En Benin la emisora Station FM 90 se planteó siguiendo esa esa

estrategia. “Son lancement qui a suscité de nombreuses controverses, fait suite à un accord signé le 18 novembre 1991 par RFI (Radio France Internationale) et l’ORTB (Office de Radio Télévision Bénin) par lequel ce dernier procède, moyennant rémunération et autres avantages, à une cession de son temps d’antenne à RFI sur l’une de ses fréquences” (Institut Panos, 1993, Tomo 1, p. 13) En algún otro caso como es el de Mali, la radio pública alquila las antenas, los repetidores de onda corta para la emisión de emisoras internacionales (Radio Pekín).

La vía de ingresos por la difusión de avisos y comunicados es muy común, prácticamente para todas las emisoras tanto públicas como privadas (Mali, Senegal, Mauritania) Las Organizaciones no gubernamentales e instituciones internacionales- como UNESCO, FAO, UNICEF, UE y otras - suelen prestar ayuda tanto en formación, equipamiento técnico como económica a las emisoras públicas. Ofrecen apoyo en la financiación de espacios dirigidos a las minorías desfavorecidas, especialmente en el marco de la radio rural (Gambia, Mauritania, Ghana, Benin)

Otra de las vías es para algunos países fruto de la recaudación del canon por la tenencia de un equipo. La aportación de los ciudadanos se realiza de diferentes formas en función del país. Puede ser mediante el pago de tasas en la importación de los equipos, o bien a través del recibo de la luz. Es el caso de Senegal que instituyó una contribución “liée à la consommation de l’électricité” (Tudesq, 2002, p.47).

3.1.5. La descentralización de la radio pública

En los Estados del continente africano, las emisoras nacionales públicas suelen emitir su señal mediante Onda corta y Onda Media. El objetivo es cubrir el mayor espacio posible dentro de su territorio y garantizar, así, el acceso a la información y a la formación de la población. Se trata, por lo tanto, de acercar los contenidos a las sociedades dispersas y alejadas de la capital del país,

contribuyendo de este modo a uno de los principios de la democratización de la comunicación.

Pero uno de los principales rasgos de los países africanos es la heterogeneidad. Estos estados se caracterizan por la diversidad, marcada a veces por la geografía. En un mismo país hay variedad en su población (etnias), en el uso de las lenguas, los intereses, los niveles de alfabetización, y básicamente de las necesidades de la sociedad. Un mensaje único en un escenario tan poliédrico resulta poco efectivo.

La descentralización de la radio pública se ha podido iniciar no sólo por la voluntad de los gobiernos, sino también gracias a las posibilidades aportadas por la Frecuencia Modulada. Este avance técnico que ha permitido esencialmente el desarrollo de la radio privada, también ha ofrecido la oportunidad a los Estados de lograr cierta proximidad con la audiencia, adaptándose a las peculiaridades de los territorios y de su población.

Aunque ciertas emisoras públicas tienen aspiraciones internacionales, una cuestión que se tratará más adelante, se observan básicamente tres niveles de cobertura entre las emisoras públicas: el ámbito nacional, regional, y local.

Hay algunos casos, en los que, o bien por la limitada dimensión del territorio, o por cuestiones relacionadas con el control gubernamental de las emisoras públicas, la cobertura es exclusivamente nacional. Sin embargo, la mayoría de los Estados suelen desarrollar la radio pública, al menos, en los niveles nacional y regional. Es el caso de Zimbawe, Etiopía, Chad, Cabo Verde, Namibia, Tanzania, Costa de Marfil, Zambia y Congo, que cuentan con emisoras regionales públicas en algunas zonas o departamentos. Pero hay otros países que destacan por el número de radios públicas regionales como son Niger, Madagascar, Mozambique. En naciones como Sudán, Camerún, Kenia, Gabón, Suráfrica, Ghana, Senegal, Burkina Faso, Benín, Angola, Nigeria, se registran emisoras públicas de ámbito local. En unos casos se trata de emisoras que cubren sólo la capital del país, como sucede en Senegal. En otros se trata de emisoras rurales, como ocurre en Bénin. Mientras que sólo en algunos, hay un despliegue

amplio de emisoras de cobertura reducida, que acogen todo tipo de modelos. Kenia y Ghana están en esa situación (Tudesq, 2002, pp-39-51).

El caso de Burkina Faso es emblemático y sirve para ilustrar el empeño por llegar más cerca. En el marco de su primer plan quinquenal (1986-1990), el gobierno de ese país decide poner en marcha 5 radios locales de carácter comunitario. El interés por el ámbito de proximidad queda plasmado en el "Cahier des charges des radios locales" en su artículo 2. en el que se establece que "les radios locales sont les compléments utiles des stations nationales et régionales". Los criterios establecidos para decidir dónde ubicarlas en el territorio son: " niveau de structuration et d'organisation économique de la localité; éloignement de la localité par rapport à la capitale; proximité de la localité par rapport à une frontière; potentiel économique de la région dans laquelle se trouve la localité; qualité de la réception de la Radio nationale dans la localité " (Institut Panos, Tomo 1, 1993, Tomo 1, p.29).

El propósito es llegar a los territorios más desatendidos adaptándose a los requerimientos de la población. En cuanto a la responsabilidad del Estado sobre esas emisoras. Se afirma que "l'administration décentralisée, les communautés de base de la localité sont responsables: du personnel, du matériel technique, de l'élaboration et de la fabrication des émissions" (Art.5). De manera que se plasma de forma clara que el Estado asume las competencias de todo excepto de los medios para mantener las emisoras. Esa carga se asigna a las autoridades locales. (Institut Panos, Tomo 1, 1993, p.40).

Tabla 37: Descentralización de la radio pública por países

	Nacional/es	Regional/es	Locales
Angola	X2	X5	X1
Bénin	X2	x1	XR
Burkina Faso	X1	X2	X6
Cabo Verde	X1	X2	
Camerún	X1	X10	X2
Chad	X1	X	
Congo	X2	X1	
Costa de Marfil	X2	X1	
Eritrea	X		
Etiopía	X1	X4	
Gabon	X1	X	X1
Ghana	X4	X4	X11+1C
Guinea	X1		
Isla Mauricio	X1		X1
Kenia	X2	X7	X10
Madagascar	X1	X16	
Mozambique	X1	X12	
Namibia	X1	X4	
Niger	X2	X7	
Nigeria	X	X estados	X 2C

R. Centroafricana	X1		
Ruanda	X2		
Senegal	X	X9	X1C
Sudán	X1	X19	X
Suráfrica	X2	X10	X1 1c
Tanzania	X4	X1	
Zambia	X3	X1	
Zimbawe	X4	X2	

Fuente: Elaboración propia: (Tudesq, 2002, pp-39-51)

3.1.6. Lenguas de emisión de las radios públicas

Aunque la descentralización de la radio pública ha favorecido la difusión de los contenidos en las lenguas autóctonas, también hay que destacar la preocupación en algunos casos de las emisoras nacionales en ofrecer programación en las diferentes lenguas oficiales, hablas, y dialectos.

En Senegal, las dos cadenas nacionales, que difunden su programación en lengua francesa, emiten sin embargo los noticiarios radiofónicos en todas las lenguas nacionales - wolof, pular, soninké, séreer, hassanya, balante, manckagne, mandigue et diola- (Institut Panos , 1993 tome1, p.118) La radio pública de Ghana emite en una gran variedad de lenguas nacionales. Además de inglés y francés también emite espacios en akan, gâ, ewé, nzema, Dagbani, Hausa, Gurene, Kasaal, Dagari, Kasem, buili, y sisali. La radio nacional de Níger usa nueve lenguas para transmitir sus contenidos, el francés, árabe, haoussa, zarma, tamajak, fulfuldé, kanouri, gourmantchémea, y el toubou. (Institut Panos, 1993, pp 73-97).

Estos son sólo algunos ejemplos de la necesidad que las emisoras públicas nacionales tienen de difundir los mensajes en las lenguas de sus audiencias,

muchas carentes de un mínimo nivel de alfabetización. De manera que se pone de relieve el interés de algunos operadores nacionales en promover las lenguas naciones sin embargo, como se apunta en el estudio de la Open Society Foundation (2013, p.48) “While this is generally appreciated by listeners, it is also a great financial and organisational burden that may have a detrimental effect on the quality of their programming”. Incluso se alude al perjuicio para la audiencia en términos de cansancio el recibir un determinado espacio repetido en tantas lenguas como existen en el territorio.

Algunos países constituidos, como es el caso de Camerún, por cerca de 250 grupos étnicos, han optado por emitir exclusivamente en la lengua oficial de la etapa colonial, para vehicular los contenidos. Recurren a ella incluso en las emisoras públicas locales. (OSF, 2013, p.48)

3.1.7. Contenidos de la radio pública africana

Las emisoras públicas tanto nacionales, regionales como locales suelen ser generalistas. Ofrecen una parrilla de programación variada tanto en géneros como en temáticas. Los contenidos giran en torno a información de actualidad, educación de adultos, teatro, emisiones religiosas, programas de entretenimiento, programas culturales y musicales, comunicados.

Algunas emisoras reservan espacio a contenidos de utilidad enfocados al desarrollo de la población. Se ocupan de materias como el medioambiente, alimentación, alfabetización, salud y desarrollo agrícola. Las emisiones que contemplan contenidos de estas características suelen denominarse Radio Rural. Su misión es difundir consejos, información de aplicación en relación con cuestiones vitales para la población y su sostenibilidad: las formas de cultivo, a la cría de ganado, a cuestiones de higiene, polución, mortalidad infantil....

La producción y difusión de este tipo de programas a través de las emisoras públicas, es apoyada por instituciones internacionales como FAO,

Unicef, Unesco y diferentes organizaciones no gubernamentales. Los contenidos dirigidos a la población en situación desfavorecida y con grandes necesidades de instrucción, suelen ser difundidos a través de las radios locales, y regionales, en sus propias lenguas, aunque algunas emisoras públicas nacionales también incluyen este tipo de espacios en sus rejillas.

El abanico de modalidades de emisoras en función del contenido es amplio, se puede identificar radios que se limitan a difundir música salpicada de espacios de información y consejos prácticos como la Radio Parakou en Bénin. La emisora pública Arc en ciel de Burkina Faso, se limita a ofrecer música y algún contenido cultural. Se trata de una parrilla orientada exclusivamente a la captación de publicidad, como también la radio pública local Fréquence 2 de Costa de Marfil, que combina Música, juegos y deporte.

Dos de las emisoras públicas de Zimbabwe Broadcasting Corporation, emitidas ambas en inglés, tienen contenidos especializados. Una de ellas es una radio de segmento, dirigida a los jóvenes, mientras que la otra es temática de carácter educativo.

3.2. RADIO PRIVADA COMERCIAL

Dada la amplitud de la casuística en el estudio de la radio privada comercial, se ha optado por acotar la investigación a una muestra de 24 países³¹ de la que se dispone de datos a través de fuentes fiables como son los trabajos tanto del Instituto Panos Paris, como de BBC World Service, en el marco de la African media Development Initiative.

Se abordan diferentes aspectos como el origen de las iniciativas, sus intereses, el modo de financiación, los ámbitos de cobertura así como los contenidos y la tendencia del sector.

³¹ Benin, Burkina Faso, Cabo Verde, Costa de Marfil, Gambia, Senegal, Togo, Mali, Nigeria, Guinea, Niger, Sierra Leona, Tanzania, Somalia, República democrática del Congo, Mozambique, Kenia, Ghana, Botsuana, Ethiopia, Camerún, Uganda, Zambia, Zimbabwe).

3.2.1. Perfil de las iniciativas de radio comercial

Aunque Marie Soleil Frère sólo establece las siguientes modalidades de emprendimiento en el sector privado comercial, “ l’initiative personnelle d’un homme d’affaires, d’un journaliste professionnel, d’un groupe d’enseignants ou d’un homme politique...”(Frère, 2001, p.41) . A la vista de la información recogida, se pueden organizar las iniciativas en dos grupos, las locales y las extranjeras.

Como se ha desprendido del análisis realizado en epígrafes anteriores sobre las cláusulas de condiciones de los concursos públicos para la concesión de licencias de radio de algunos países africanos, se evidencia una tendencia a limitar la participación extranjera en el capital de las emisoras locales. En este sentido, se entiende que en determinados países no se ha dado cabida a la inversión extranjera en el mercado radiofónico, como es el caso de Mozambique en el que “Most of the investment in the radio industry is local” (Andre, F., 2006, p.17) o de Tanzania en la que “The leading stations in Tanzania are owned, managed and run by Tanzanians.” (Muthee and Mhando, 2006, p.16). En Somalia la participación foránea es muy poco significativa. “The lack of international investment is presumably a result of the prevailing insecurity in most parts of Somalia”. (Abdi, 2006, p. 17) . Pero en este país hay casos en los que se aprecia, sin embargo, cierta influencia del exterior en la medida en la que, “The owners are local, with some being Somalis who have returned from abroad. For instance HornAfrik, a Mogasishu-based station, was set up by Somali Canadians in 1999.” (Abdi, 2006, p. 17) Hay otros países como Nigeria en los que, si bien la inversión es local en su totalidad, hay cierta colaboración cde agentes extranjeros en materia de contenidos. De modo que “foreign partnerships existing only at the level of programming and programme exchange.” Zahari Okwori, J (2006, p.16). Una situación muy similar es la que se aprecia en Zambia en la que “The investment has largely been local, although some local-foreign partnerships are also emerging”(Banda, 2006, p. 17).

Es difícil conocer con precisión la presencia de capital extranjero en las emisoras. En la división que se ofrece a continuación, con el fin de sistematizar

tipos de emprendedores, se incluye como iniciativa extranjera los casos en los que esta es muy evidente.

De las emisoras de iniciativa local es posible distinguir 4 tipos de actores diferenciados en función del tipo de entidad implicada - emprendedor individual, empresa, organización-, así como de su vinculación previa o no al área de la comunicación.

3.2.1.1. Emprendedor individual local

- **Emprendedor individual local procedente de un área ajena a la comunicación,**

La liberalización del sector de la radio ha generado ciertas expectativas para emprendedores locales de muy diversos sectores. La industria radiofónica se convierte así en un área de inversión que despierta el interés de personas que desean desarrollar un proyecto propio. En Burkina Faso, una de las primeras emisoras comerciales activada, Radio Énergie, es iniciativa de Edouard Bouda, un hombre de negocios del ámbito de la producción de golosinas (Lake, R, 1993). El promotor de Radio Liberté de Mali, creada en 1991, con la que se inaugura el espacio de la radio comercial, es Almay Samory Touré, una persona relacionada con el sector de importación de piezas de vehículos. Otro emprendedor de Mali, Mohamed Lamine Haisar, propietario de un hotel y una sala de fiesta es quien pone en marcha la Radio Kéné Dougou (Lake, R, 1993). En otros países como Benín o Uganda, también es habitual encontrar casos de emisoras implantadas por el deseo y empeño de una persona (Khamalwa, J.W, 2006). En Senegal no siempre se conoce la identidad de las personas que han emprendido un proyecto radiofónico. Ibrahima Seck (2006) revela que son numerosas las emisoras cuyo propietario es una personalidad importante de la vida pública.

- **Emprendedor individual local procedente del área de la comunicación**

La entrada en el ámbito de la radio de profesionales vinculados al área de la comunicación es muy común en cualquier país de África y de fuera de ella. En este sentido, Tudesq (2002, p. 51) comenta que en este continente “souvent d’anciens employés des radios publiques jouèrent un rôle initiateur”. La necesidad de ciertos conocimientos técnicos y sobre el tratamiento de la información y de los contenidos en la prensa para desarrollar un proyecto radiofónico explica que muchos de estos profesionales procedan generalmente de la radio pública o bien de prensa privada.

Este tipo de iniciativas se puede ilustrar con diferentes casos. En Níger han sido varias las solicitudes de licencias recibidas de trabajadores que venían desarrollando su actividad en medios escritos principalmente. (Lake, R, 1993) Radio One, en Gambia, es una radio musical inaugurada en 1990, fruto del trabajo de George Christensen, un ingeniero de sonido gambiano de origen danés. (Ly, S, 1993) Radio Citizen FM es otra radio comercial en Gambia que aparece en 1994 como iniciativa profesional de un periodista procedente de la radio pública (Tudesq, 2002, p.60). La emisora Horizon FM, adelantada a la liberalización de la radio en Burkina Faso, es un proyecto de Thomas Thombiano, un músico y artista local que decidió crear una emisora como vehículo de difusión de la música de su país (Lake, R, 1993). En Cabo Verde, la Radio MULTimedia (1993) es un proyecto en el que han participado también varios profesionales de la comunicación- cuatro periodistas, un ingeniero, un sociólogo- (Gonçalves, C, 1993). Otros países como Togo o Benin han sido igualmente escenario de la creación de emisoras por iniciativa de personas con cierta experiencia en el sector de la comunicación (Vittin, T, 1993).

Se localiza otro ejemplo de emprendedor individual ligado al mundo de los medios en Nigeria. En ese país un hombre de negocios de Lagos, directivo del grupo Daar Communication, decide poner en marcha en 1994. Inaugura así el sector privado de la radio en el país ya que es la primera radio en activarse, Ray Power.

3.2.1.2. Empresa emprendedora local

- **Empresa local procedente de un área ajena a la comunicación**

Aunque no son tan frecuentes, también se pueden identificar algunos casos de empresas que no están ligadas al ámbito de la comunicación, pero se han interesado en invertir en el mercado de la radio. Fréquence Gandal Modulée es un ejemplo. Esta emisora de Guinea es producto de la inversión de un conjunto de pequeñas unidades industriales del sector del vidrio, denominado Els Dialbounsank. Esta empresa ha diversificado su producción y no sólo ha desarrollado el proyecto de la radio sino que, posteriormente, también se ha atrevido con la prensa. Es también el editor de la publicación semanal “Evènement de Guinée” introduciéndose así en un área hasta entonces desconocida para la entidad. (Lake, R, 1993) En Sudáfrica en 1996 se privatizan unas emisoras regionales públicas, que son vendidas a New Africa, una empresa de inversores locales negros no vinculados al ámbito de la comunicación. (Tudesq, 2002, 57).

- **Empresa local procedente del área de la comunicación**

La apuesta de empresas locales de comunicación por el lanzamiento de emisoras de radio es una deriva lógica en este ámbito. La radiodifusión comercial en Tanzania es un ejemplo a destacar. Es un ámbito de inversión para los grandes holdings de comunicación como IPP Media, o Sahara Communication, propietarias respectivamente de East Africa Radio y de Kiss FM .Así, como afirman Muthee y Mhando (2006) “The leading radio stations are part of media groups that also have interests in Television and print”.

En Uganda se identifica un caso muy representativo respecto a las aspiraciones radiofónicas de los grupos de comunicación y grupos editores de prensa. En este país “...several radios are linked to private newspaper groups” Concretamente la emisora KFM “...belongs to the Daily Monitor Newspapers, and affiliate of the Kenyan Nation Group”(Kalmalwa, J.W, 2006, p.16) . Se trata de un grupo de comunicación que, además, posee The Daily Monitor , The East African

and the Weekly Advertiser. Otra empresa del área de la prensa, The New Vision también es la propietaria de otra de las emisoras comerciales del país, Capital Radio.

En cuanto a La emisora de Benin Golf FM Magic Radio es propiedad de un grupo de prensa denominado, "La Gazette du Golf".

3.2.1.3. Organizaciones políticas locales

Las radios comerciales también se erigen como un espacio idóneo para las organizaciones políticas ávidas de disfrutar de un vehículo propio de comunicación con la población. En Togo esa es la motivación que ha permitido el desarrollo de Radio Liberté en 1992. La emisora es un proyecto del partido político de la oposición. Y en Benin también ha habido interés por parte de las agrupaciones políticas ajenas al gobierno en la creación de emisoras como vía de acceso a la población (Vittin, T, 1993) En Madagascar el Almiral Didier Ratsiraka, una vez derrocado del gobierno, decide poner en marcha Radio Tioska Vao, una emisora que utiliza como instrumento de promoción personal, hasta lograr su retorno a la vida política en 1997. (Tudesq, 2002, p.54) En Mozambique se registran varios casos de emisoras promovidas por intereses políticos. Una de ellas es Radio Klint. Se trata de una de las primeras emisoras que adopta el nombre de quien la fundó, Carlos Klint, un diputado y hombre de negocios con aspiraciones en el ámbito de la comunicación ya que también dispone de un canal de televisión. La otra emisora de carácter político es Voz da Renamo, que en 1994 es uno de los principales órganos de comunicación del partido que se encuentra en la oposición en ese momento (Tudesq, 2002, p.65) En otro escenario, República democrática del Congo, la emisora Kindu FM es fundada por un antiguo ministro de Motutu.

La presencia de políticos como promotores de medios de comunicación siembra cierta inquietud entre la clase periodística. Ibrahima Fall, redactora de Week-End (Avenir Communication) manifiesta su preocupación por el hecho de que muchos medios están bajo el control « des hommes d'affaires ou des hommes

politiques en quête de pouvoir d'influence. Pour eux, l'objectif n'est pas la qualité de l'information, ni même la rentabilité, mais le pouvoir qu'elle leur donne ».

3.2.1.4. Iniciativa extranjera

Aunque el capital procedente del exterior se ha acotado en el accionariado de las emisoras autóctonas en numerosos países africanos, se observa, sin embargo cierta presencia extranjera en el desarrollo del mercado radiofónico. A continuación se distinguen las iniciativas individuales de las empresariales ilustran cuatro categorías de iniciativa:

- **Emprendedor individual extranjero**

La posibilidad de instalar de forma legal una radio comercial en algún país de África ha sido un atractivo para algunas personas extranjeras. Es el caso de Britt Wardner y su familia. Se trata de un emprendedor procedente de Suecia con intereses en el sector del ocio y del turismo en Gambia. Si bien emitió durante unos años sin licencia a bordo de un barco, tuvo la oportunidad de instalarse en tierra para desarrollar la actividad de manera legal de Radio Syd. (Ly, S, 1993) En Sierra Leona se registra otro caso de emisora de radio, resultado de la iniciativa de personas extranjeras, esta vez, vinculadas al ámbito de la comunicación. Se trata de Capital Radio, una cadena creada por tres personas de diferentes nacionalidades, unidas para desarrollar el proyecto radiofónico. Una de ellas es Mr. Adonis Aboud, un hombre de negocios libanés del sector de la distribución de canales por satélite. Las otras dos son británicas, Mr. Colin Mason, un ex oficial de la armada británica, y Mr. Dave Stanley, un ingeniero especializado en radio por satélite. (Tam-Baryoh, D, 2006, p.18).

- **Empresa extranjera**

Algunas empresas de comunicación extranjeras se han implantado en algunos países africanos mediante el desarrollo de proyectos locales. La emisora

portuguesa Radio TSF es la promotora del canal del mismo nombre en Cabo Verde (Gonçalves, C 1993). Y por otra parte, en Costa de Marfil, se localiza una emisora, Radio Nostalgie, creada en 1992 que se presenta como una radio afiliada a la sociedad francesa, Radio Nostalgie International (Vittin, T, 1993) Lo mismo sucede en Kenia con Kiss FM y Family FM, que son emisoras participadas por empresas de Reino Unido y Estados Unidos respectivamente (Maina, Lucy (2006). En Suráfrica, el propietario de la radio comercial, Virgin 96 FM, creada en 1996 es Virgin, el conglomerado de empresas británico, con inversiones en diferentes industrias de la comunicación. (Tudesq, 2002, p.57)

3.2.1.5 Los grupos de comunicación

En un mercado publicitario aún en vías de desarrollo, la supervivencia de las emisoras de radio africanas cuyos ingresos proceden exclusivamente de su actividad comercial es todo un reto. Esta circunstancia no varía en exceso en el contexto de otros países. La viabilidad de este sector, viene pasando en los últimos años por la integración de estas emisoras en el seno de un grupo de comunicación o por el desarrollo de una red de emisoras por parte de un grupo de comunicación, que además, tiene como objetivo la diversificación de su actividad.

Un directivo de la emisora burkinesa Horizon FM , Moustapha Thiombiano, comenta en 2010 a una publicación africana que la puesta en marcha de emisoras ha experimentado un incremento vertiginoso desde 2003 y que el resultado es que “Il n’ya a pas de place pour tous sur le marché”. En este sentido se constata que en este contexto económico en el que los recursos no se han multiplicado al ritmo en el que lo han hecho los operadores de radio “Les entreprises qui s’en sortent le mieux sont celles qui arrivent à déployer une véritable stratégie de groupe” (J uompan-Yakam, 2010).

Senegal es un exponente en África de la tendencia a la concentración de los negocios de comunicación. En este país se identifican varios holdings que

tienen la radiodifusión entre sus actividades económicas. Uno de los grupos de comunicación más veteranos es el Sud Communication que abrió el sendero de la acumulación de medios de comunicación. Inicia su actividad mediática con Sud Hebdo, que luego se convierte en Sud Quotidien. Amplía su ámbito de actuación con la creación en 1994 de "Sud FM" en 1994 y años más tarde con el portal SudOnline. Abarca asimismo el área de la publicidad con la empresa Marketing Presse. Además, "...il possède aussi une agence de distribution de presse, marketing presse, une agence de production audiovisuelle, et depuis octobre 1996, un Institut Supérieur des sciences de la communication avec la coopération canadienne et néerlandaise..." (Tudesq, 2002, p.62; Ly, S, 1993). Entra en el mercado radiofónico desplegando una red regional de 12 emisoras de FM en el país.

Otra de las compañías de comunicación que también ha ampliado su espacio de actuación a la radio es el grupo Walf. Comienza su actividad en 1984 con la edición del periódico Walfadjri, pero la amplía con la revista de sociedad, Walf Grand Place y la deportiva, Walf Sports. Posteriormente se extiende al ámbito audiovisual con la puesta en marcha del canal de televisión Walf TV y el de radio Walf FM.

D-Média también opera como grupo de comunicación senegalés liderado por un empresario de la publicidad Bougane Guèye Dani. Esta empresa no sólo está presente en el sector editorial, con el periódico, La Tribune, sino también en la televisión con Sen TV y en la radio con (Zik FM). Esta emisora opera en la región de DAKAR y es una de las de mayor audiencia.

Los grupos de comunicación senegaleses nombrados se han constituido en general a partir del negocio de la prensa, pero el grupo Futurs Médias tiene su origen en la radio. La emisora Radio Futurs Médias es inaugurada en 2002 y supone el comienzo de una actividad multimedia que abarca la prensa en 2003, con el lanzamiento del periódico L'Observateur, y se extiende años más tarde hacia la televisión, activando en 2010 Télé Futurs Médias (Carayol, 2012).

Un responsable de uno del Grupo Futurs Médias, Mamoudou Ibra Kane, revela en una entrevista a Jeune Afrique, que “le modèle de concentration marche très bien”, augurando así el largo futuro para los grupos de comunicación en este país.

En Burkina Faso se observa también la presencia de varios grupos de comunicación que operan también en el sector de la radio. La emisora Ouaga FM pertenece al Groupe Edice, integrado por la empresa publicitaria Mc Cann Erickson, por Edimedia, especializada en publicidad de exteriores, y la imprenta digital, Pixel. La radio, como medio de comunicación del grupo, se beneficia de las demás empresas en la medida en la que, según uno de sus responsables, Joachim Baky, “Heureusement, nos filiales drainent à la radio un nombre appréciable d’annonceurs.” En este caso la diversificación de la actividad es lo que permite la viabilidad de la emisora del grupo. Horizon FM, por su parte, pertenece al Groupe TVZ Africa. Las pérdidas de la emisora se ven compensadas por la rentabilidad de la televisión del grupo. Algo similar es lo que sucede con la emisora SavaneFM que se encuentra en el seno de un grupo de producción de cine. Savane Production desvía cerca del 30% de sus ingresos para financiar la actividad radiofónica del grupo. (Juampoan-Yakam, 2010)

3.2.2. Formas de financiación

La publicidad y los patrocinios son las principales vías de financiación para la gran mayoría de las emisoras comerciales en África (Abdi, J 2006, Mweze, 2006). La radio como medio de comunicación y su liberalización en la década de los 90 ha venido a movilizar una industria, la publicitaria, que si bien no ha alcanzado aún hoy grandes cotas de presencia, ha encontrado en la radio una alternativa inmensamente más interesante que la prensa.

El nivel de implantación del medio radiofónico, única vía de información, conocimiento y entretenimiento para la mayoría de la población africana hace de una emisora, la forma más eficaz de llegar a la audiencia. Además, se ha producido, aunque de forma moderada, una conciencia de la utilidad de la radio

por parte del comercio local al considerarla como un vía de promoción de sus productos, dirigida especialmente al segmento juvenil. "Local business now fully appreciates the power of radio as a commercial tool and, more importantly, the economic potential of the "youth"market. (Sechele, S.T, 2006,p.). El contexto, además de cierta desregulación en todos los sentidos, "...has led to more people being eager to have their products and services advertised on radio" (Zahari Okwori, J, 2006, p.16).

El interés por acaparar el escaso mercado publicitario ha propiciado la creación de emisoras que se han convertido en auténticos soportes de publicidad, brindándose por completo a la captación de anunciantes y sometiendo la parrilla de programación exclusivamente a las exigencias de sus clientes. Una de las primeras emisoras comerciales que despertaron al mundo de la publicidad es Horizon FM, creada en Burkina Faso en 1987 de forma ilegal, pero que logró la licencia en 1990. Esta radio de contenido musical representa un ejemplo de canal que ha contribuido a " ...dynamiser le secteur de la publicité de proximité..". (Lake, R, 1993, p.).

La publicidad ha supuesto un motor, un estímulo en el desarrollo de numerosos proyectos de radio como negocio que no siempre han cubierto sus expectativas económicas. En este sentido, como señala Ibrahima Seck (2006, p. ..) en Senegal "The continued growth of the broadcasting sector , with the increasing demand for new frequencies by private promoters, is a sign that private investors are willing to venture into the radio business. However, radio stations are being set up faster than the advertising market is growing, making it difficult for them to survive. Many stations disappear after just a few years. "Seck, Ibrahima (Dr) (2006) Senegal: Research Finding and conclusions. African Media Development Initiative, Londres: BBC World Service Trust (15-18) Esta es una situación generalizada en todo el continente africano. En el Congo "Commercial radio is dependent on advertising and sponsorships but the advertising market is extremely small" (Mweze, 2006, p.17). Pero estas circunstancias se reproducen también en Kenia, donde la supervivencia de las emisoras es difícil "Most radio stations depend on advertising, with the growth in the number of stations leading to strong competition for advertising revenue. The closure of many licensed

operators is a reflection of high expenses and of this increase in competition. "(Maina, 2006).

La precariedad en la dimensión del mercado publicitario y su inversión en el medio radiofónico ha generado una rivalidad entre las cadenas. Las emisoras públicas y privadas comerciales, incluso las comunitarias y religiosas disputan todas ellas en muy diferentes niveles de competencia, por un exiguo mercado publicitario dirigido a una población con un poder adquisitivo limitado. En este sentido, en Ghana se observa que "The rapid growth in the number of stations has created a fierce drive for advertising revenue." Pero esta pugna por la tarta publicitaria, como ya se ha apuntado, enfrenta asimismo a las emisoras comerciales con las públicas, que también obtienen parte de su financiación mediante los ingresos publicitarios. "Thus, all stations, both state-owned and private, are heavily focused on generating advertising and sponsorship income." (Kafewo, 2006).

Hay otras fórmulas que contribuyen a la obtención de ingresos que se suman a las escasas aportaciones económicas con las que cuentan generalmente las emisoras privadas a través de los espacios publicitarios. A estas fuentes se suman "...le parrainage, le publireportage, la location de temps d'antenne, l'organisation de spectacles et les dons et legs. Il y a aussi les coproductions avec des ONG et les contrats d'aide ou de collaboration (Mali, Burkina Faso, Guinée Bissau). L'aide extérieure financière et matérielle est en principe possible. ...il n'y a aucune aide directe ou indirecte de l'Etat aux radios privées. en effet, non seulement l'Etat ne subventionne pas les stations, mais encore il ne prévoit pas d'allègements fiscaux à leurs opérations commerciales (Mali, Guinée Bissau, Ghana, Burkina Faso)" (Institut Panos, 1997, p. 54).

En lo que se refiere al alquiler de tiempos de antena a empresas privadas, instituciones como las ONGs o emisoras extranjeras, es una vía de financiación explotada por algunas emisoras. Favorece a la emisora en dos sentidos. De un lado, permite la obtención de beneficios, y, por otro lado, no sólo cubre parte de su programación, siempre costosa, sino que la diversifica. En ocasiones, incluso se

trata de producciones externas, con profesionales de cadenas extranjeras que introducen ciertas cotas de calidad que benefician la imagen de la emisora. Otro recurso mucho más frecuente en la mayoría de emisoras es la petición musical pagada, que suele ser común en radios dirigidas a los jóvenes.

3.2.3 Ámbitos de cobertura

Uno de los aspectos esenciales que los anunciantes priorizan en su planificación de publicidad en radio, es lógicamente, la cobertura de las emisoras. En Tanzania "Advertising expenditure... has also been on the rise. However advertisers preference has been to use the national stations... This push to improve coverage has been driven by the need to offer advertisers a wider audience. (Muthee and Mhando, 2006). La exigencia del mercado de la publicidad en contar con un alcance lo más amplio posible es un aspecto que favorece en buena medida a las emisoras públicas. Las radios públicas suelen disponer de cobertura nacional. Son ellas las que hacen uso generalmente de las frecuencias de Onda corta y Onda media de su territorio, lo que les procura un alcance de la señal en todo el país. Este hecho hace que las emisoras públicas resulten más competitivas que las privadas comerciales. Aunque tienen en su contra una imagen no siempre positiva entre la población, que en muchos casos considera a las emisoras de Estado poco fiables y creíbles, por su estrecha relación con el gobierno de turno.

El perfil generalizado de estas emisoras suele ser el de una radio de ámbito local difundida en espacios de mayor densidad de población,- capitales, grandes ciudades, valles y zonas del litoral- , y donde no sólo hay una mayor densidad de habitantes, sino también donde se concentra la población de mayor poder adquisitivo.

Al objetivo de implantarse en las zonas más habitadas, se suma el de extenderse por la mayor extensión posible de territorio. Para ello, algunas empresas optan por crear cadenas de emisoras en FM con las que alcanzan una cobertura provincial, regional, o supraregional. No siempre el territorio en el que se difunde la señal se identifica con una división administrativa. En ocasiones, la cobertura simplemente se mide en kilómetros. En Botswana la emisora Gabz FM, se presenta como una radio "...which broadcasts to Gaborone and the

surrounding areas, with a broadcast footprint that extends to a 90 kilometre radius of the capital". (Sechele, S.T 2006...). En Burkina Faso, Radio Salankoloto se presenta como una emisora "Diffusée dans un rayon de 100 km autour de Ouagadougou". (Lake, R 1993,...).. En otros países como Camerún, por ejemplo, la cobertura de una de sus emisoras más populares, Radio Equinoxe, está limitada a una zona geográfica y no administrativa, como es el Litoral del país. (Esambe Alobweda, C, 2006).

Aunque existe algún caso de emisora privada comercial de ámbito nacional, como sucede en Kenia con varias emisoras -Kameme FM, Kiss FM, House of Reggae, o Inooro FM- (Maina, 2006), suele ser una excepción ya que normalmente la huella de esta modalidad de radio es local o regional. A veces incluso se combinan emisoras de FM y de Onda Media. En Somalia la emisora Shabelle Radio, que opera desde Mogadishu, difunde su señal en estos dos tipos de modulación, lo que le permite llegar al 60% del territorio nacional (Abdi, 2006).

3.2.4. Anunciantes de la radio privada comercial

Se puede distinguir, a la vista de los datos aportados en los estudios de Open Access, al menos 3 tipos de anunciantes en el contexto de la radio privada comercial africana. El primero es el Estado.

En algunos países como Nigeria "... government remains the largest radio advertiser". Este país, que ha sido muy reticente a la apertura de las ondas a la iniciativa privada, la inversión publicitaria se dirige a emisoras que comparten con el gobierno cierta afiliación política. La orientación editorial, por lo tanto, puede ser determinante en la asignación o no de publicidad institucional hasta el punto de que, según Zahir Okwori (2006, p.18) "When differing and critical opinions are frequently expressed on private stations, these stations are often threatened with withdrawal of government advertising or suspension of their licences by the NBC. ".

En Uganda se produce una situación muy singular. El gobierno también es uno de los mayores anunciantes de la radio privada comercial. Pero en este caso, el motivo por el que tiene que recurrir a esta modalidad de radio se debe a que la radio pública Radio Uganda no tiene en este país ninguna credibilidad, lo que obliga al propio ejecutivo "...to advertise in the private media to reach the majority of the population." (Khamalwa (Dr), 2006, p.16).

Los negocios y comercios locales representan el segundo colectivo de anunciantes. Como ya se ha apuntado, este sector de pequeñas y medianas empresas autóctonas ha descubierto la radio como vía para promocionar sus servicios y productos a una audiencia próxima. Este tipo de anunciante no necesita grandes coberturas de señal ya que el target al que va dirigido es la población más cercana. En Senegal hay emisoras que sólo dependen de este pequeño inversor "la chaîne serait entièrement financée par des revenus publicitaires du marché des petits annonceurs et tarifs inférieurs à la radio public" (Ly, 1993, p. 125).

En Somalia, "Advertisers are typically local businesses advertising products such as fast food and fresh drinks, second hand cars, or a newly established hotel. The stations also attract adverts from employers who advertise vacant positions at their organisations. Remittance, telecommunications and import-export companies also frequently advertise on radio" (Abdi, 2006, p.17).

Los partidos políticos locales son también virtuales anunciantes, sobre todo en aquellos países en los que no se ha institucionalizado una distribución de tiempos de antena en la radio pública para las opciones políticas de la oposición.. Es la situación que se experimenta en Nigeria donde "... the deregulated environment has ledmore people wanting to have their ideologies and political interests served by the medium" (Zahari, 2006.p16).

Pero el sector de los anunciantes que más interesa, y por el que se mueve especialmente el mercado de la radio privada comercial es el de las grandes firmas, las multinacionales. Las marcas relacionadas con la telefonía móvil tienen una especial presencia entre los anunciantes. Así en Ghana "New mobile telephony operators are major advertisers, such as Areeba and Tigo. (Kafewo, S 2006, 20) Algo similar sucede en Uganda "The advertising market is small and

dominated by a few economic giants such as the mobile Telephone Network, Makerere University, Uganda Telecommunication Limited and Celtel. (Khamalwa, 2006, p.16). En Congo, por ejemplo además de empresas del área de las comunicaciones que realizan una fuerte inversión, se publicitan las marcas de cosméticos con una fuerte presencia y sobre todo algunas marcas del sector agroalimentario. Mweze, D (2006) Esta industria es especialmente usuaria de la radio como vía de promoción de sus productos. Grandes multinacionales como Coca-Cola, Danone, Henkel, ocupan parte de los espacios publicitarios de las cadenas y suelen ofrecerse como patrocinadores de contenidos de las parrillas de programación programas.

Respecto a uno de los productos publicitados, la cerveza, hay que señalar que en algunos países, como en República del Congo, la publicidad del alcohol no está permitida, por lo que supone una restricción que en determinados mercados limita los ingresos de los operadores o los hace algo inestables cuando estos ignoran la prohibición (Mweze, 2006).

3.2.5. Programación de la radio comercial

A la vista del estudio de los datos aportados por diferentes autores respecto a los contenidos ofrecidos por las emisoras comerciales en diferentes países africanos, se está en disposición de apuntar dos cuestiones fundamentales que condicionan y explican la fisonomía de las parrillas de programación de estas radios privadas.

Aunque son muy pocos los casos, la radio privada comercial se considera como la alternativa a la radio pública en términos de contenidos y enfoques. Como ya se ha señalado, la radio pública no siempre goza de credibilidad en los países africanos, por lo que se recurre a la radio privada como fuente más fiable. En Uganda la radio privada se abre a ofrecer contenidos en clave política “ The discussions centre mainly on the political issues of the day (open air discussions

broadcast live on radio). It is Radio One that pioneered, every saturday, before other radio stations adopted the concept” (Khamalwa, 2006, p.17).

Sin embargo, esta no parece ser la tónica general de las emisoras privadas comerciales. A tenor de lo expuesto por los investigadores, entre estas empresas hay una tendencia a eludir cualquier tipo de contenido de carácter político para evitar así no importa qué conflicto con las autoridades nacionales, regionales o locales. De modo que cuando se incluyen informaciones de este área, se ofrecen unos contenidos muy ligeros en los que no se profundiza, ni investiga. No en entrar en controversias que impliquen a la Administración se entiende como una garantía de continuidad para la actividad de estas emisoras en Tanzania, Senegal o Sierra Leona, por ejemplo (Muthee, Mhando 2006; Seck, 2006; Tam-Baryoh, 2006)

El entretenimiento es, en la mayoría de los casos, el contenido estrella de la parrilla de programación. En este aspecto, las radios privadas comerciales han venido a dinamizar y diversificar la oferta de contenidos. En algunos países se han dejado de lado contenidos educativos, documentales, espacios de debate sobre problemas (Mweze, 2006), en favor de programas de deportes, concursos, de talk shows, espectáculos obras dramáticas y espacios musicales. (Vittin, 1993; Seck, 2006; Maina, 2006; Kafewo, 2006) Como afirma Khamalwa J (2006, p. 17) “Music dominates most of the programmes and, as a result entertainment surpasses education and information dissemination”. La música es un componente de la cultura africana que ocupa un lugar prioritario en la sociedad, hasta el punto de que países como Uganda “the audiences were more inclined towards music than news and analysis” (Khamalwa, 2006, p.17). En Kenia, la música ocupa un importante lugar en la radio, convirtiéndose en un vehículo de difusión de música local. Así lo percibe Lucy Maina (2006,p.24), que afirma “Unfortunately, foreign programming still continues to dominate radio, particularly regards to music, but local music is slowly finding its place, partly as a result of the growth of the local musical industry.” Hay emisoras, como sucede en Gambia con Radio Syd, cuya parrilla solo contiene música y anuncios. (Lys, 1993), o como en el caso de Sierra Leona, la emisora Atlantic Broadcasting Corporation (ABC), que sólo emite mensajes publicitarios y peticiones musicales

remuneradas. El 95% del tiempo se dedica exclusivamente a esos contenidos (Fofana, 1993)

En definitiva, el entretenimiento es la principal función que la radio comercial está cubriendo. Hay dos razones, de un lado, las preferencias de la audiencia, pero de otro, el hecho de que el entretenimiento es atractivo para anunciantes y patrocinadores. Las parrillas de programación se rinden a la sponsorización. De manera que muchos programas ofrecidos son simples soportes de contenido promocional. "Most of these stations... have a lot of entertainment content and modernised styles of reporting, which particularly appeal to the youth". (Mainy, 2006, p.21) Por otra parte como refuerza J. Zahari (2006, p.15), "...light entertainment programmes ... can easily be funded or sponsored." El poder de los anunciantes y patrocinadores llega al extremo de que "The interests of advertisers are of primary importance and commercial interruption, even during news broadcasts, is pronounced." (Khamalwa, 2006, p.17). Esa influencia es fuertemente criticada en países como Sierra Leona en el que investigadores como David Tam-Baryoth (2006, p.18) advierten que "There is also concern in some quarters that increasing commercial imperatives are eroding the commitment of many stations to civic-minded programmes".

En lo que se refiere a la concepción de los programas, se observa una cierta tendencia entre los operadores de radio a mimetizar los programas extranjeros de cadenas extranjeras cuya señal se recibe en Africa. "Lots of programmes try to imitate existing offerings from the BBC, Voice of America and other foreign stations, but usually without the requisite insight, debt, balance or rigour"(Zahari, 2006,p.18) Otro rasgo es el de la imitación y repetición de formatos y géneros de programas entre emisoras. Los responsables de las parrillas no se arriesgan con nuevos productos. Prefieren seguir el ejemplo de programas de probada aceptación por parte de la audiencia. De modo que, hay franjas de contenidos muy similares en diferentes emisoras difundidas en un mismo ámbito de cobertura.

Como ya se ha apuntado, una de las fuentes de ingresos de las emisoras comerciales es la venta de tiempos de antena, que no sólo se ceden a firmas y

anunciantes, sino también a organizaciones, entidades e incluso emisoras extranjeras que desean difundir determinados contenidos a través de emisoras locales. La compra de estos espacios es una práctica de los grandes emisores internacionales.

La plupart des radios commerciales... réussissent d'autant mieux qu'elles intéressent les chaînes occidentales. Ces dernières, en échange de la visibilité qu'elles s'assurent dans les endroits les plus reculés du pays en se faisant héberger sur les fréquences des radios locales, versent chacune quelque 5 millions de F CFA, et offrent des programmes « prêts à diffuser ». Dans le cadre de son partenariat avec la Deutsche Welle, La Voix de l'Amérique, RFI et la Radio suisse romande, Horizon FM perçoit 32 000 euros annuels (21 millions de F CFA), soit près du quart de son chiffre d'affaires. (Jumpan-Yakam, 2010).

Las unidades de programa se insertan en la rejilla de programación como si se tratara de un contenido de la propia cadena, quedando, por lo tanto, integrado entre los contenidos locales. Emisoras en Nigeria - Ray Power, o en Mali -Radio Liberté- o en Sierra Leona - Kiss 104FM-, (Tudesq, 2002) utilizan este recurso.

3.2.6 Problemas de las emisoras privadas comerciales.

A pesar de su andadura, la radio privada comercial sigue presentando algunos problemas apuntados por Marie Soleil Frère. La investigadora desglosa algunas deficiencias registradas en el funcionamiento de las emisoras de esta naturaleza. De ellas cabe destacar “une gestion centralisée et personnalisée”; “l'absence de division et de spécialisation des tâches”; “les coûts élevés”; “salaires peu attrayants”; et “le marché publicitaire réduit.”

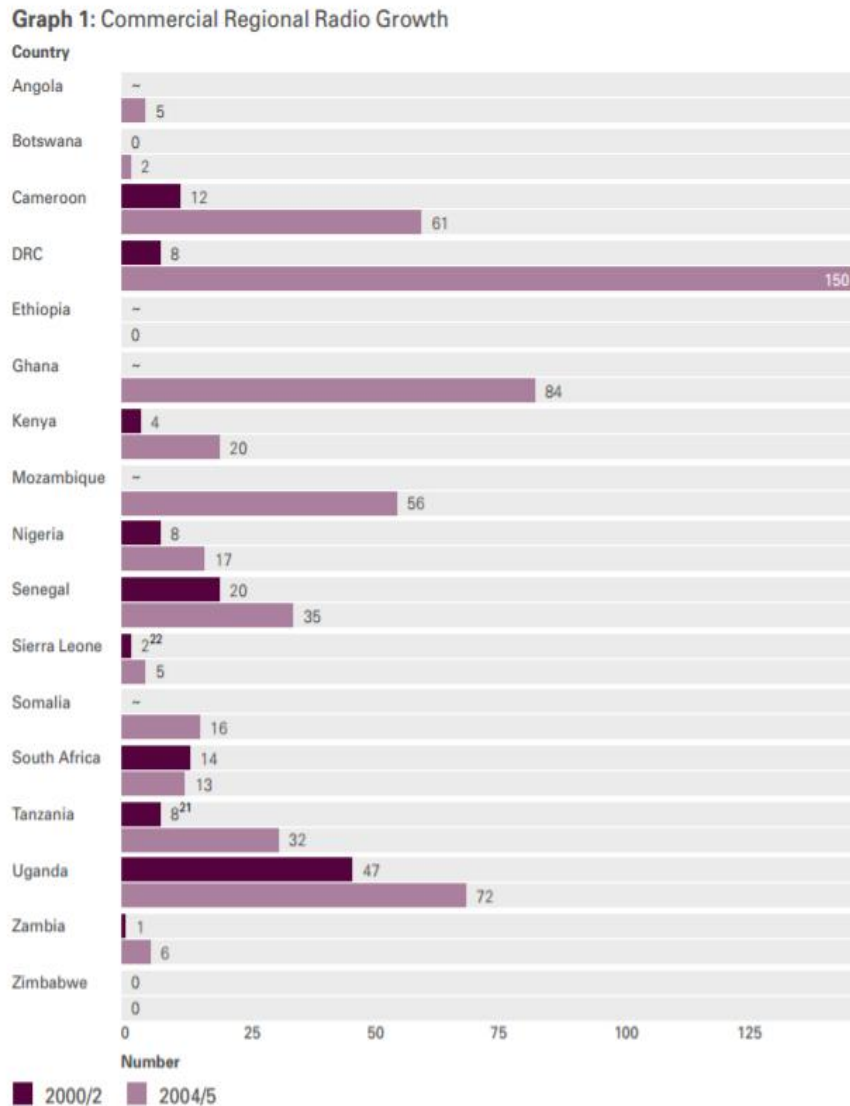
Los lastres que soportan las radios en África tienen su origen, por lo tanto, de un lado en el hecho de que muchos de estos proyectos de emisora proceden de la iniciativa de un solo individuo que gestiona la empresa de forma muy personal, sin implicar al personal de la empresa. Esto que le resta capacidad de comprometer a los empleados ya que no disponen de información sobre la marcha de la actividad. Por otra parte, estos profesionales, que no suelen siempre tener la cualificación apropiada, están saturados asumiendo varias tareas. Como

señala Marie Soleil Frère “Dans les stations de radios, les animateurs sont en même temps techniciens, démarcheurs publicitaires, coursiers...” Pero, además, quienes tienen una determinada formación están sometidos a determinados riesgos. Como “... les journalistes gagnent, en général, assez mal leur vie, ce qui les rend perméables à toute une série de pratiques répréhensibles”. (Frère, 2001, p.42).

Los datos facilitados por African Media Development Initiative: Research Summary Report (2009) BBC World Service Trust, ponen en evidencia un desarrollo de esta modalidad de radio, a diferentes velocidades en función del país. Este despliegue va indudablemente ligado tanto al clima democrático así como al rumbo de la economía.

El ritmo de aparición de emisoras en algunos países se ha acelerado en la mitad de la primera década (República Democrática del Congo, Camerún y Ghana). Por el contrario, aún queda mucho camino por recorrer en Zimbabwe.

Gráfico 2: “Commercial Regional Radio Growth”



²¹ A 1999 report notes that there were eight major registered radio stations but only three provided coverage outside Dar es Salaam. No independent stations are allowed to cover the entire country. See Trip (1999) "Political Reform in Tanzania: The Struggle for Associational Autonomy". Retrieved 7 September 2006, from <http://www.sx.ac.uk/ncsr/centra/missions/amerarchive/taungham/a42.htm.pdf>.

²² The figure of 18 combines 17 community radio stations (as licensed by the IMCI and UR) Radio, that is scheduled to be handed over to the government.

African Media Development Initiative: Research Summary Report (2009)
 London: BBC World Service Trust, p.28

3.4. LAS RADIOS COMUNITARIAS EN AFRICA

La radio comunitaria se inscribe en una modalidad de medios que presentan ciertas particularidades. Para la Unesco "Los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad, y para cualquiera de los objetivos que esta decida.. Se trata de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación o esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad. La comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente a otra. "(Berrigan, F, 1981, p.7)

Como destaca, Nicholas Jankowski una de las bondades de estos medios es que "Members of the community, often in alliance with professional station staff, are responsible for the ideas and production of the resulting programming. Community members become involved in all facets of station activities and exercise control over day-to day- and long-range policy matters. "(Jankowski, 2002, p.6).

3.3.1 Los rasgos de las radios comunitarias

Entre los medios centrados en la comunidad, la radio es, por sus cualidades, el más extendido. En 2001 la Charte Africaine sur la radiotélédiffusion, la define en estos términos

"1. La radiodiffusion communautaire s'adresse à la communauté et porte sur la communauté, sa propriété et sa gestion sont représentatives de la communauté, qui suit un programme de développement social et est une entreprise à but non lucratif.

Unos años más tarde, en 2008, la Asociación de radios comunitarias, AMARC³², publica “Principes pour une législation démocratique sur la radiodiffusion et la télévision communautaire”³³.

Para AMARC

Les radios et télévisions communautaires sont des acteurs privés qui ont une finalité sociale et ont pour caractéristique d’être gérées par des organisations sociales diverses sans but lucratif. Leur trait fondamental est la participation de la communauté, tant à la propriété du média, qu’à sa programmation, son administration, son fonctionnement, son financement et son évaluation. Il s’agit de médias indépendants et non gouvernementaux, qui ne font pas de prosélytisme religieux, n’appartiennent pas et ne sont pas contrôlés ou liés à des partis politiques ou à des entreprises commerciales. (Principes 3)

En los países africanos, esta modalidad de emisora tiene una importante presencia. AMARC-Africa³⁴ pone en evidencia el peso de esta forma de radio en el continente. Esta organización es la African regional section of AMARC.

³²AMARC es una organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de la radio comunitaria, que agrupa cerca de 4.000 miembros y asociados en más de 130 países.

“Su objetivo es apoyar y contribuir al desarrollo de la radio comunitaria y participativa de acuerdo con los principios de solidaridad y la cooperación internacional”. <http://www.amarc.org/?q=es/node/129>

³³ Los principios han sido publicados en mayo de 2008 por la Asociación mundial de radiodifusores comunitarios AMARC. La elaboración se basa en un trabajo “ Los “Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria” son una GUIA para la elaboración, aprobación e implementación de regulaciones sobre radiodifusión comunitaria que sean compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos y el más amplio respeto a los derechos a la comunicación e información y la libertad de expresión. El documento es resultado de la investigación «Mejores Prácticas sobre Marcos Regulatorios en Radiodifusión Comunitaria» que comparó los marcos regulatorios de 29 países de los cinco continentes, de manera de identificar las mejores prácticas en legislación y políticas públicas dirigidas a reconocer y promover la radio y TV comunitaria. en “ http://www.amarc.org/documents/14principes_FR.pdf

³⁴“The main global impact of AMARC since its creation in 1983, has been to accompany and support the establishment of a world wide community radio sector that has democratized the media sector. AMARC advocates for the right to communicate at the international, national, local and neighbourhood levels and defends and promotes the

Desde esta institución se estima que la radio comunitaria representa en sí misma un acercamiento en unos casos y el logro, en otros, de la democratización de la comunicación ya que “Since the advent of Africa’s democratisation process in 1990’s many communication activist now see it as the basis for popular participation by the majority of the people”. (AMARC, 1998, p.9)

AMARC justifica la relevancia de esta modalidad de radio en África por diversas razones. La primera es que, no sólo se trata de que se escuche radio en África, sino de que se entienda. En este sentido, la radio comunitaria tiene como prioridad acomodarse a la población, y por lo tanto adoptar las lenguas autóctonas y dialectos utilizados por los colectivos minoritarios. Por otra parte, la existencia de una radio comunitaria supone la reafirmación del derecho a la comunicación en el marco de los Derechos Humanos. En un contexto en el que durante décadas los ciudadanos han estado privados del acceso a la información, la radio comunitaria es valorada en la medida en la que no solo ofrece actualidad, sino educación y una plataforma de desarrollo de la creatividad y cultura (AMARC, 1998). Otra de las virtudes de la radio comunitaria, que explica su desarrollo en África es el hecho de que la comunidad es protagonista de los contenidos, lo que le lleva a tomar conciencia de sí misma y mejorar la autoestima. Se brinda a las sociedades africanas la posibilidad como plataforma de debate e intercambio de ideas y puente para dinamizar el diálogo con las autoridades locales. Así,

... opportunities for interactive sessions provided by the community radio station for local authorities to explain government policies and programmes would be a clear indication of the promotion of accountability and transparency. The people get the opportunity to question certain actions and commissions of the authorities perhaps, through the listener comments sessions a means of collating feedback from listeners. (Ojomo, et al, 2015, p.142).

El investigador, Papa Dieng añade una reflexión interesante ya que, en definitiva, “les médias à vocation communautaire sont, quant à eux, garants du

interests of the community radio movement through solidarity, networking and Cooperation” africa.amarc.org

pluralisme des médias, de la diversité de leur contenu et de la représentation de divers intérêts et groupes sociaux” (Dieng, 2013, p.52).

Las funciones que los teóricos otorgan a las radios comunitarias giran en torno a varios ejes según los autores Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada, los principales son promover la identidad cultural local, crear un espacio para la diversidad de voces y opiniones, dinamizar el cambio social y el desarrollo, y acercar las autoridades locales a la población” Pero, además, añaden otras como “...sharing of information and innovation; giving a voice to the voiceless, especially to women and young people in some societies; and providing a social service as a replacement for the telephone”(Fraser y Restrepo-E., 2002, p.71).

Como señala Tanja Bosh, hay una particularidad a destacar en la radio comunitaria que la diferencian de cualquier otro tipo de actividad radiofónica. “Community Radio is more process-oriented than product-oriented. Its primary goal is to encourage ordinary people to become media producers and not just consumers, in an effort to demystify media particularly to large sectors of the population who did not previously have access to state-owned media” (Bosh , 2011, p.93).

Por otra parte, la naturaleza de la radio comunitaria, su razón de ser, encaja con la forma de relación en el seno de las culturas de África. En este sentido Alumuky y White aseguran que la radio comunitaria sirve para estrechar vínculos en la comunidad debido principalmente a que “Compartir alegrías, penas y recursos es la forma de vida de las comunidades africanas en las que la interdependencia y la reciprocidad es una norma” (Alumuku y White, 2004, p.411).

3.3.2. Regulación de la radio comunitaria en Africa.

Dada la centralidad de los ciudadanos en este tipo de emisoras, la fisonomía de la radio comunitaria viene en buena medida determinada por lo que cada cultura entiende por Comunidad. En un continente como el africano,

con una sociedad multiétnica, este concepto adopta distintas formas. En el estudio “À l’écoute du développement” publicado por la Unesco, se reconoce este hecho en los términos siguientes,

Pas une seule définition n’est en mesure de décrire correctement la notion de “communauté” à travers le monde en raison de la nature disparate et variée des communautés. En conséquent, dans le contexte des médias communautaires, de nombreux pays se concentrent: sur l’aspect géographique à l’origine de la formation d’une communauté tandis que d’autres incluent également des “communautés d’intérêts” couvrant un large spectre (en passant par les femmes, les fermiers ou encore des groupes soudés autour d’une foi commune, parmi, tant d’autres). (Unesco, 2014, p.24)

Gloria Restrepo introduce matices muy interesantes en su definición de comunidad, ya que entiende como tal un espacio moldeado por las personas, por los colectivos, a lo largo de los años. De manera que la comunidad se va conformando no sólo a partir de intereses, es decir, de necesidades de la población, sino en aplicación de sus tradiciones, pensamientos, sueños, y aspiraciones como sociedad. La cultura, a través de las personas, opera sobre el territorio, dando lugar a la comunidad (Restrepo, 1999).

En los textos que regulan la radio comunitaria (Normas, Guías, Códigos), los legisladores coinciden en definir el concepto de Comunidad como una agrupación de personas, sector del público o sección de la sociedad, sin embargo cada uno matiza su definición señalando determinados aspectos. El nexa entre los miembros de la comunidad en Etiopía, según la Directive n° 04/2012, janvier 2012, está constituido por los intereses particulares reconocidos que las personas de ese grupo comparten, y con los que se identifican. En Uganda, son determinadas características “específicas y verificables” de los integrantes del grupo las que definen la comunidad. Según la Guía de puesta en marcha de radios comunitarias de Ghana, la comunidad se distingue por el hecho de presentar una estructura interna particular que permite que sus miembros se reconozcan entre sí como colectivo. Y en Nigeria en el Broadcasting Code de 2016, la comunidad queda definida como “a group of people **residing** in a particular geographical

location or sharing a strong interest like sports, security services community, and other services which the community desires to develop". (Ver ANEXO 03).

La definición de radio comunitaria también varía en función del país que la aborda. Aunque en todos los casos se atribuye un carácter no lucrativo a la emisora, sin embargo en cada Estado se ha puesto el acento en determinados aspectos para completar el concepto:

El deseo, voluntad e interés de una comunidad es el fundamento de una Radio comunitaria para los legisladores de Etiopía. Una emisora de esta naturaleza sólo tiene sentido si es fruto de la decisión de la propia comunidad.

En el reglamento de Malí una radio comunitaria está justificada siempre que su objetivo sea satisfacer las necesidades de la comunidad, mientras que para las autoridades Ugandesas y senegalesas, la misión es, propiciar y alcanzar el desarrollo social del colectivo.

La legislación de Níger, destaca su capacidad para acercar información, sin embargo las autoridades de Nigeria resaltan su contribución en la educación en términos de responsabilidad cívica e integración de los miembros en el seno de la comunidad. (Ver ANEXO 04)

A pesar de las diferencias que puedan existir en las definiciones entre unas y otras regulaciones, hay una realidad detrás de todas ellas cuando finalmente se pone en marcha una radio comunitaria. Como apunta Da Costa, la razón no es otra que el hecho de que "Communities see radio as providing them with the space to assert and safeguard local cultures, as a platform through which their rights can be advocated for and claimed, as a means of holding those who govern them to account, and as an agent for social change." (Costa, 2012, p.135)

3.3.3. Sistema de otorgamiento de licencias de radio comunitaria.

En un estudio de 2014, “Á l’écoute du développement”, la Unesco llegaba a la conclusión de que “Rares sont les pays qui, en Afrique, ont défini les règles claires et détaillées sur l’accès et l’attribution des licences aux radios communautaires. Les bonnes pratiques consistent cependant à réserver un espace aux radios communautaires par des moyens politiques et administratifs, notamment par l’intervention de l’instance de régulation” (UNESCO, 2014, p.60).

Esta situación se produce a pesar de los esfuerzos de AMARC, que unos años antes, en 2008 elabora una guía titulada “Principes pour une législation démocratique sur la radiodiffusion et la télévision communautaire”³⁵, dirigida a responsables de comunicación de los Estados.

En ella plantea en primer lugar que se identifique y distinga la radio comunitaria del resto de tipos de emisoras. Por otro lado, sugiere la reserva de frecuencias para las radios comunitarias en los Planes Técnicos nacionales de Radiodifusión (Principio 7). Propone que la concesión de licencias se lleve a cabo mediante concurso público (Principio 9) en la que tendría que intervenir la Autoridad Independiente reguladora con competencias en la materia. Asimismo, se insta a estos órganos a que “ Dans le cas des médias communautaires, on considèrera en priorité la pertinence sociale et culturelle du projet

³⁵ Los principios han sido publicados en mayo de 2008 por la Asociación mundial de radiodifusores comunitarios AMARC. La elaboración se basa en un trabajo “ Los “Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria” son una GUIA para la elaboración, aprobación e implementación de regulaciones sobre radiodifusión comunitaria que sean compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos y el más amplio respeto a los derechos a la comunicación e información y la libertad de expresión. El documento es resultado de la investigación «Mejores Prácticas sobre Marcos Regulatorios en Radiodifusión Comunitaria» que comparó los marcos regulatorios de 29 países de los cinco continentes, de manera de identificar las mejores prácticas en legislación y políticas públicas dirigidas a reconocer y promover la radio y TV comunitaria. en “
http://www.amarc.org/documents/14principes_FR.pdf

communicationnel, la participation de la communauté de l'organisation candidate et l'apport de la station à la diversité sur la zone de couverture envisagée". (Principe 11). También apunta a que "La capacité économique ne doit pas être un critère d'évaluation bien que puissent être posées des exigences économiques raisonnables pour garantir la viabilité de la station" (Principe 11).

Las radios comunitarias no son siempre bien aceptadas en los países africanos. En ocasiones generan cierto recelo " Par ailleurs l'influence des radios communautaires gêne les collectivités locales dans la gestion des affaires publiques. Ce qui entraîne un bras de fer entre les élus locaux et les responsables des organisations communautaires assignataires des fréquences."(Dieng, 2013, p.63). Esto sucede sobre todo en los países de corte más autoritario. A continuación se estudia algunos aspectos de las políticas de los países africanos en materia de radio comunitaria. Entre las condiciones establecidas a la Radio comunitaria se observa coincidencia entre países, en unos casos, y diferencia en el tratamiento, en otros. A partir del estudio de los pliegos de condiciones y legislación de una muestra de diez Estados (Costa de Marfil, Etiopía, Benin, Suráfrica, Gambia, Mali, Ghana, Cabo Verde, Ruanda, República Congo), cabe señalar algunos comportamientos que, en uno casos resultan curiosos y en otros, ayudan a comprende:

Si se sigue el cumplimiento de los principios propuestos por AMARC, se constata que respecto a:

1.- Trato diferenciado o no entre radio comercial y radio comunitaria.

Las autoridades de Cabo Verde, República del Congo, o Mali no otorgan un trato diferenciado entre radio comercial y radio comunitaria en lo que se refiere a las condiciones de otorgamiento de licencias. Por ejemplo, "Community radio in Mali is governed by the same laws as commercial radio, and is hence subject to the same restrictions regarding guidelines, fees and taxes" (Maïga, 2011, p.65). La radio comunitaria en Ruanda experimenta también el mismo tratamiento "Selon la loi régissant la presse de 2003, les radios communautaires sont considérées aussi comme des radios privées. Aucune distinction n'est faite entre radios privées commerciales et radio privées communautaires. De ce fait, la radio

communautaire est tenue de remplir ses obligations envers l'Etat comme d'autres radios commerciales." (Ayanone, 2008, p. 50).

2.- Reserva o no de licencias

No hay reserva, sino que se deja abierta la posibilidad de que una radio comunitaria obtenga una licencia siempre que hay disponibilidad de frecuencias. Esto sucede en Benin, donde "La loi de 2007 ... ne contient que très peu de dispositions sur l'attribution de licences à la radio... En vertu de l'article 43, les radios communautaires peuvent obtenir une licence lorsque des fréquences sont disponibles" (UNESCO, 2014, p.60). Y también ocurre en Suráfrica en cuyo reglamento de 2006 se dispone que " la licence est attribuée lorsque des fréquences sont disponibles et si aucune objection valide n'est formulée". De modo que se supedita, además, la atribución de la licencia a cualquier declaración contraria a su concesión.

Etiopía es un modelo en este aspecto ya que destina una parte de su espectro radioeléctrico a esta modalidad de radio. "Le plan directeur prévoit de réserver un certain nombre de fréquences aux radios communautaires."

3. Convocatoria de concurso público o autorización.

En Costa de Marfil, la concesión de licencias a las radios comunitarias no se realiza mediante convocatoria de concurso público sino mediante la presentación de un proyecto, que se somete a estudio. (Seck Nidiay, 2008). Etiopía destaca de nuevo por el hecho de que, mientras que las licencias de radios comerciales se convocan por concurso público, según el artículo 19,4 de la Proclamación de 2007 "...community broadcasting service licence may apply at any time to the Authority...". Además se simplifica para las radios comunitarias notablemente todos los trámites administrativos para la solicitud de frecuencia. " Le processus de demande de licences est moins compliqué que dans le cas des radios commerciales et la durée du traitement des demandes est beaucoup plus court (quelques semaines)." (UNESCO, 2014, p.60).

4. Autoridades que intervienen en el otorgamiento de licencias

En principio suelen ser las Autoridades Independientes los órganos encargados de otorgar las licencias, pero en Gambia se introduce otro actor para que intervenga para dar el visto bueno en el procedimiento de otorgamiento de frecuencia a un determinado colectivo o comunidad. Se trata del gobierno local o el regional. "L'administrateur du district ou bien le gouverneur régional, donne l'approbation final au ministre des organisations de la société civile qui sont établis en région rural". Esto sucede en un escenario en el que "Les procédures actuelles d'octroi de licences est extrêmement biaisé en faveur des groupes qui sont "patriotiques" ou bien, qui ne veulent pas produire des émissions contreversées"(Christensen, 2008, p.24).

3.3.4. Los promotores de radio comunitaria

La instauración de una emisora comunitaria suele responder a motivaciones muy diversas y a la iniciativa de muy distintos agentes. En algunos casos la decisión emerge de la propia comunidad - de una asociación o colectivo o de una administración local-. En otros, el impulso llega desde instancias externas al territorio. Pueden ser nacionales o internacionales. Tanto si la iniciativa parte del seno de la ciudadanía, como si es promovida desde fuera, el papel que juegan las entidades externas es esencial.

Los actores de la radio comunitarias son diversos y varían en cada país. Su perfil está regulado en algún país. Es el caso de Nigeria, en cuyo Broadcasting Code se acota cuáles son las entidades que pueden ejercer como operadores de radio comunitaria y se enumera cuáles quedan fuera. Según esta normativa, cualquier organización local sin ánimo de lucro, una asociación cultural, una sociedad cooperativa, una federación de asociaciones o una institución educativa puede ser promotora de radio comunitaria. Esta norma impide, sin embargo, el acceso a una licencia a cualquier organización religiosa, partido político, individuo o corporación que tenga ánimo de lucro. Generalmente los partidos políticos tienen vetado en cualquier país la posibilidad de ostentar una licencia de estas características.

El estudio de esta modalidad de emisoras en Africa a través de diferentes informes, investigaciones y artículos permite- sin pretender alcanzar la exhaustividad a la que se podría aspirar si la radio comunitaria en Africa fuera el único objeto de estudio- describir a través de la casuística, una realidad muy difícil de sistematizar. Por lo que se pretende ofrecer, de forma organizada e ilustrada, la relación de tipos de promotores de la proyectos radiofónicos, así como de entidades que los respaldan a partir de los casos estudiados en más diferentes países trabajados.

A continuación, se desglosan los tipos de promotores de emisoras comunitarias en función de su relación con la comunidad, el colectivo que representa, o la institución de la que parte.

1.- Municipalidades

Las municipalidades asumen en ocasiones cierto protagonismo en el desarrollo de emisoras comunitarias. En determinados países, como es el caso de Etiopía, se reconoce de forma explícita en su Directiva nº04/2012 que las administraciones locales pueden crear radios comunitarias. En Camerún, algunas instituciones municipales toman las riendas para desarrollar proyectos propios de radio de carácter comunitario. En otras situaciones el Distrito, se limita a apoyar con financiación iniciativas de radio comunitaria que emergen de la propia localidad. (Seck, 2008) El caso de Ghana es curioso ya que, la emisora Dormma FM se constituye inicialmente por decisión de los poderes públicos como emisora comunitaria, pero al cabo de unos años se transfiere a manos de los ciudadanos. (Apenteng, 2011)

2.- Las mujeres

Como oyente, la mujer se ha venido interesando por este medio “Les radios associatives sont devenues le compagnon idéal des femmes. Elles sont des fidèles auditrices et participent beaucoup aux émissions interactives” (Yacoub, 2008, p.22). Pero además, a través de colectivos, y apoyadas por diferentes instituciones, las mujeres se animan a impulsar proyectos. En Suráfrica, la

emisora Moutse community Radio Station es fruto de la iniciativa en 1997 de The Rural women's Movement (RWM). Burkina Faso cuenta con una emisora, Munyu FM , creada en el año 2000, por la Association Munyu des Femmes de la Comoe. En Uganda también opera una radio comunitaria lanzada por un colectivo de mujeres, la Uganda Media Women Association (UMWA). Por su parte, la Women for Relief and Development Actions (WARDA) implantada en Somalia, es la promotora de la radio Kasma FM, lanzada en marzo de 2013. (Sow, 2014, pp 129-137). Son muchos, por lo tanto, los ejemplos que se pueden encontrar en este sector.

3. Los jóvenes

Los jóvenes representan un segmento de la población que también protagoniza la puesta en marcha de emisoras comunitarias. En Malí, la asociación de jóvenes "Nyètaa alé es el colectivo que ha puesto en marcha la radio Bélékan Community, que ha recibido el apoyo de la administración local. (Talata Maïga, M, 2008). Hay un gran interés por parte de la Unesco en apoyar este tipo de iniciativas.

3. Asociaciones culturales

En cuanto al ámbito de la cultura, en Camerún, por ejemplo, son varias las emisoras no comerciales temáticas creadas por "des groupes de solidarité culturelle, pour la défense d'une langue, d'une culture, la promotion de technologies innovantes..." (Seck Ndiaye 2008, p.14).

4. Mundo rural

Otro de los sectores de la comunidad en los que se localizan iniciativas, es el de las asociaciones del mundo rural. En estos espacios hay un importante movimiento de creación de emisoras rurales. El concepto de radio rural es muy amplio. Por una parte se entiende como tal aquella entidad o emisora pública, privada o comunitaria que produce o simplemente emite algún programa de la parrilla dirigido al mundo rural. Por otra parte, se concibe como radio rural también aquella emisora comunitaria consagrada al mundo rural. Es decir, se

considera como “community radio services... guided by the philosophy of the dynamic involvement of people in the use of the station to facilitate human development” (Manyozo, 2009) Por lo tanto, los colectivos de agricultores y ganaderos, se identifican como promotores de esta modalidad de radio local y han logrado desarrollar a través del apoyo de diferentes instituciones, locales, nacionales e internacionales un gran número de emisoras comunitarias de estas características.

6. Instituciones educativas

Las instituciones educativas están muy presentes en el sector de las radios comunitarias. En Benín la Ley de liberalización del espacio audiovisual contempla la Universidad como potencial operador de radio comunitaria. En su artículo 47 dispone que “les établissements d’enseignement supérieur peuvent aussi obtenir des licences d’exploitation”. En cuanto a Etiopía, este país también reconoce en la Directiva nº04/2012 la opción de los establecimientos académicos superiores de difundir emisoras no comerciales. En países tan diferentes como Ghana o Suráfrica esta modalidad de radio cuenta con varios ejemplos. En este último país se encuentra la Rhodes Music Radio, una emisora establecida en Rhodes University in Grahamstown community. Otro caso, Tuks Fm, por ejemplo inicia su emisión en la cafetería del campus de la University of Pretoria. En cuanto a Radio Turf de la University of Limpopo, es una de las más veteranas, nace como las otras con el propósito de “.... to entertain the university community and also to keep the students informed about happenings on campus as it affects the students and the University management” (Osunkunle, 2008,p.6).

En Nigeria, donde los investigadores consideran que todavía no se le está sacando partido a las posibilidades de la radio comunitaria, se piensa que está aún subexplotada, “Ce sont les institutions académiques bien établies qui exploitent actuellement la plupart des stations.” (UNESCO, 2014, p.33). El interés de los poderes públicos por esta modalidad de emisoras ha llevado a introducirlas como una modalidad propia de radio en el Nigerian Broadcasting Code y regularlas en los siguientes términos: “Art. 9.11.1A Campus Broadcaster is licensed principally to train students in broadcasting and other related fields like

engineering information technology, creative arts, use of english, drama, etc... and to provide opportunities for practical experience as well as promoting social well-being of the campus community". De modo que, las radios comunitarias educativas son numerosas y se localizan en torno a los campus. La Radio Unilag de la University of Lagos ha sido la primera pero en el país hay hasta 27 emisoras universitarias con licencia (Akingbulu, 2011).

7. Personas físicas

Se registran también algunas iniciativas de personas físicas que se vuelcan en el desarrollo de un proyecto para el que encuentran apoyo desde la comunidad. Es el caso de Nana FM, una emisora en Togo, lanzada en 2003 a partir de la iniciativa de un periodista de larga trayectoria en el ámbito de la radio comercial, Peter Dogbe. En Burkina Faso, FM Femina, es una emisora de carácter comunitario puesta en marcha por dos jóvenes, dos hermanas con la aspiración de crear una red de emisoras bajo el slogan "A radio for women and those who love them" (Sow, 2014, p.134-135).

3.3.5. Contenidos de las radios comunitarias: regulación y oferta

La regulación de los contenidos de las radios comunitarias es un aspecto que se aborda en determinados países. En Senegal, por ejemplo, según se recoge en el Art. 18 del Cahier de Charges, dictado por la Direction de la communication, una emisora comunitaria "... ne peut diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique. Se le prohíbe dar la palabra a representantes políticos, y desarrollar emisiones participativas con ellos. Su obligación se limita así, a difundir exclusivamente contenidos relacionados con el objeto de la licencia concedida. Además, se le insta a elaborar espacios de instrucción cívica y educación para la vida. Una situación similar es la que se experimenta en Chad donde no tienen aparentemente ninguna limitación temática en la elaboración de los contenidos de la parrilla, pero, sin embargo, como afirma Zara Yacoub, "... dans la pratique, le gouvernement et le HCC empêchent, coûte que coûte, les radios associatives à traiter certains sujets tels que la bonne gouvernance, la démocratie. D'après leur interprétation les radios

communautaires doivent se contenter de parler des thèmes ou sujets relatifs à la mission de l'ONG initiatrice." (2008, p.22), de manera que se acotan las materias susceptibles de ser abordadas, a cuestiones de desarrollo social o cultural.

En materia de contenidos de la radio comunitaria, el Nigerian Broadcasting Code, en su última edición 2015, centra la atención en los autores de la producción y sus objetivos. Establece, de un lado, que al menos el 70% de los programas deben ser producidos por los miembros de la comunidad, y de otro, que las materias tratadas deben orientarse en beneficio a los intereses de los ciudadanos. En este sentido también se pronuncian los legisladores de Suráfrica. En el Act nº36, 2005 Electronic Communication, se hace especial hincapié en que la radio comunitaria es un servicio "which encourages members of the community served by it or persons associated with or promoting the interests of such community, to participate in the selection and provision of programmes to be broadcast in the course of such broadcasting service".

Un año más tarde, ICASA, Independent Communication Authority South Africa, añade otros aspectos a las exigencias respecto a contenidos. En el Community Sound Broadcasting Policy Position Paper de 2006 expone que "la majorité des programmes diffusés par un service communautaire de radiodiffusion sonore, en particulier les bulletins d'information et les émissions d'actualité sont censés être produits localement et s'appuyer sur des sources locales. "Esto significa, de un lado, que se limita la cobertura de la información al ámbito exclusivamente local y de otro, que no se admite la conexión con emisoras de ámbitos, regional, nacional o internacional. Por otra parte, en este mismo texto, se dispone que la emisión de contenidos en cadena, que no fueran informativos, se limita al 20% de su programación para un titular de licencia de radio comunitaria al 20%.

En cuanto a la procedencia de los contenidos, hay que señalar que la producción propia es uno de los aspectos que desde la Administración central se suele promover entre las emisoras comunitarias. En Mali, el Decreto nº 2-227/P-RM de 2002 dispone en el artículo 2 que la emisora "... doit avoir au moins 70% de programmes nationaux et elle est chargée de promouvoir la culture locale". Se

pretende garantizar tanto la proporción de contenidos autóctonos, como la orientación de estos. En Etiopía se establece en la Directive n° 04/2012, de un lado, un mínimo de horas de difusión de contenidos, en este caso, 14 horas a la semana, y por otro, la proporción de tiempo dedicado a cuestiones de interés local debe de ser del 60% de lo programado. Previamente, en 2007, ya se planteaba a través de la Proclamation n° 533/2007 en el Art. 16/4 que la radio debía “provide community centered informative and entertaining programs to promote the information culture and knowledge of the community”.

En Benín en la Ley n°97-010 de agosto de 1997, se da la oportunidad a las emisoras de introducir en sus rejillas contenidos externalizados, pero en determinadas condiciones “Art. 41...les stations peuvent se procurer des programmes auprès d’autres diffuseurs, à condition que ces derniers soient des organisations à but non lucratif, en particulier en ce qui concerne l’activité de production de programmes”.

Los contenidos de las radios comunitarias están condicionados en muchos casos, por la naturaleza de sus promotores y por las instituciones que apoyan esas iniciativas. De cualquier forma, lo que tienen todas en común es un componente educativo.

De hecho, como afirma André Jean Tudesq refiriéndose a las emisiones educativas y culturales, “...depuis la libéralisation de la radio, ces émissions ne sont guère présente que sur des radios locales communautaires qui s’appellent parfois radio éducatives” (Tudesq, 2002, p.161).

En esta línea, los programas pueden abarcar, con independencia de que en el país esté o no autorizada la emisión de información o de contenidos de carácter político, desde consejos para la salud, informaciones sobre el mercado, intercambios técnicos agrícolas o ganaderos, clases o lecciones de lectura y escritura, materia de radio escolar, así como música y programas de entretenimiento.

En lo que se refiere a los formatos y géneros de programas, Stéphane Boulc’h señala en el estudio “Radios communautaires en Afrique de l’Ouest, que

“Parmi les genres de programmes les plus couramment proposés on retrouve évidemment les classiques de la radiodiffusion: journaux parlés, flashes d’information, tranches musicales, jeux, interviews, débats, magazines, documentaires, dramatiques et campagnes de sensibilisation ou de publicité.” (Boulc’h, 2003, p.30).

3.3.6 Ámbitos de cobertura

Las emisoras comunitarias son mucho más abundantes, y su papel tiene más sentido en el ámbito rural o, al menos, en zonas en las que el acceso a otro tipo de radios es, por la orografía del terreno, mucho más compleja, esos operadores están también presentes en el ámbito urbano. Así lo explica AMARC, “Community radio, rural radio, co-operative radio, participatory radio, free radio, alternative radio, popular radio, educational radio. [...] They are located in isolated rural villages and in the heart of the largest cities in the world. Their signals may reach only a kilometre, cover a whole country or be carried via short-wave to other parts of the world.”(AMARC, 1998, p.14). Sin embargo, cabe encontrar algunos casos de radio comunitaria en núcleos urbanos. Es el caso, por ejemplo de Alternative FM, situada en la capital nigeriana.

El radio de acción de la radio comunitaria es, por lo tanto, muy variado. Depende tanto de las posibles normas impuestas por los gobiernos en la regulación de estas emisoras, como de la capacidad de los equipos de difusión, o del interés en cubrir determinadas poblaciones.

En Senegal, el Cahier de Charges, limita la señal a un valor de 75 khz (Art. 8 del Cahier de Charges applicable aux radios communautaires). La autoridad independiente NCA en Ghana establece “Community radio stations are expected to cover areas of typically up to 5 kms in radius, however a maximum coverage of 25 kms (this will be the exception rather than the rule) could be considered of communities whose terrain has a peculiar case”. En Gambia, uno de los requisitos que se exige al operador comunitario es que “l’émetteur n’ait pas plus de 500 watts et que l’antenne ne dépasse pas les trente mètres” (Christensen, 2008, p.24).

Como ya se ha apuntado, la casuística es extremadamente amplia tanto respecto al número de poblaciones que pueda cubrir una radio comunitaria como al volumen oyentes. Puede estar establecida para un radio muy limitado, a un campus universitario o para un espacio muy extenso. Para ilustrar esta cuestión, se ofrece a continuación unos ejemplos en los que se identifica la cobertura de la radio comunitaria.

Tabla 38: Ámbitos de cobertura de radios comunitarias

País	Emisora	Ubicación/cobertura
Ghana	Dormaa FM	26 villages
	Radio Peace (1999)	"seven districts and three municipal areas with a total population of approximately 700.000 people"
Mali	Kayes Rural Radio 1988	"400 villages of over 700.000 people...Transmits across a 15 Km"
	Bélékan Community Radio (1999)	"Reaches 292 villages...34.243 inhabitants of the Kati Council Region"
Niger	Dolbel community radio	"Situated 26 km west of Nigerien capital"
	Alternative FM	"Located in the capital and its environs"
Nigeria	Radio Unilag	"..on campus and around campus"
	Diamond FM	Campus University of Ibadan
Senegal	Manooré FM end of 1990's	"Can be categorized as an urban community radio station" "Gran Dakar-- 50 Kms from Dakar"
	Jeery FM	"Is a rural community radio station. Instaled in Louga" " the station covers four local regions, reaching almots 209 villages and 40.000 people over an area of 2.877 Km2.

Elaboración propia: Fuente Panos Institute West Africa "The African Charter on Broadcasting" (pp-30-157)

3.3.7 Financiación

Para AMARC (2008) los medios comunitarios deben abrirse a una diversidad de fuentes de financiación para ser sostenibles. En este sentido, establece que “ Les médias communautaires ont le droit de garantir leur viabilité économique, leur indépendance et leur développement, à travers des ressources obtenues sous la forme de donations, de subventions, de parrainages, de la publicité commerciale et institutionnelle et les d’autres moyens légaux de financement. Les revenus devront être investis intégralement dans le fonctionnement de la station pour l’accomplissement de ses buts et finalités. Toute limitation en temps ou quantité de la publicité doit être raisonnable et non discriminante. Les médias devront périodiquement rendre compte de leurs recettes et dépenses à la communauté qu’ils représentent en rendant transparente et publique la gestion de leurs ressources.” (Principio 12)

Sugiere también la posibilidad de apoyo por parte de la Administración bajo diferentes formas, de un lado mediante fondos públicos cuya asignación a estas emisoras pudiera garantizar su desarrollo, y, por otro lado, mediante “... des politiques publiques d’exonération ou de réduction des taxes et impôts, dont ceux liés à l’usage des fréquences radiophoniques, en adéquation avec les caractéristiques et la finalité publiques de ces stations.” (Principe 13)

Las modalidades de financiación a las que la radio comunitaria tiene acceso son, como el resto de cuestiones abordadas sobre esta modalidad de emisoras en África, de manera muy diversas. A la vista de la normativa implantada en cada estado y, a tenor de la información obtenida de diferentes informes y estudios comparativos llevados a cabo por AMARC, por la UNESCO así como por la Open... y BBC, estamos en disposición de realizar una ordenación de las diferentes categorías de fuentes esa clasificación e ilustrarla con casos concretos.

- *Publicidad*

La publicidad es un recurso económico que no todos los Estados admiten como fuente de financiación de la radio comunitaria en África. Se pueden establecer tres niveles de uso de esta fuente de la radio comunitaria en función de las limitaciones impuestas por las autoridades.

1. Prohibición de emisión de publicidad comercial como vía de financiación.

La publicidad como soporte económico está prohibida para la radio comunitaria en varios países. Es el caso de Senegal, en cuyo Cahier des charges la Dirección de comunicación plantea de forma explícita esta restricción en los siguientes términos Art. 19 "La radio communautaire n'est pas autorisée à diffuser de la publicité commerciale." Sin embargo, sí que se admite como fuente la emisión de avisos y comunicados. El argumento esgrimido en este país, en el que se rechaza los ingresos publicitarios, es que "Le terme à but non lucratif renvoie à l'idée que les membres des radios communautaires ne sont pas des actionnaires qui se partagent des dividendes après chaque exercice. La radio communautaire n'est pas une société en sens légal du terme régi par le droit commercial. C'est une association et à ce titre, il n'y a pas de bénéficiaires à partager entre des actionnaires." (Gueuye, 2008, p.55) Niger es otro país en el que la publicidad está vedada a las radios asociativas. Esta medida ha sido establecida en su Ordonnance 93-031 de 31 March, (Tchangari, 2011). Otro país es Camerún, que en el "Décret n°2000/158 du 03 avril 2000, nombra a la radios comunitarias como "... services non commerciaux à vocation nationale ou locale, généraliste ou thématiques, ne faisant pas appel à la publicité commerciale", descartando así en la propia definición del tipo de emisora, la posibilidad de recurrir a la publicidad.

2. La publicidad está admitida en la radio comunitaria, pero con limitaciones

Entre los países que aceptan la inclusión de la Publicidad como forma de financiación de la radio comunitaria pero con limitaciones, se encuentra Costa de

Marfil. En este Estado, según las disposiciones legales referidas a esta modalidad de radio, los ingresos por publicidad deben representar una cantidad inferior al 20% de los beneficios globales. En estos mismos términos la legislación de 2007 en Benin limita también las ganancias por espacios publicitarios. En otros casos, como en Etiopía, el criterio que se emplea para limitar la publicidad es el tiempo. Según la Proclamation n°533/2007, sólo se admite entre el 15% y el 20% de contenido de carácter publicitario en la rejilla de programación. En Burkina Faso se reduce el tiempo de emisión de cuñas publicitarias a seis horas diarias. Y en Mali, si bien no se fija ninguna restricción a la emisión de publicidad, sí se expresa que los ingresos de la radio comunitaria proceden tan sólo en una parte reducida de esta vía. En Sierra Leona, según indicaciones de la autoridad, Independent Media Commission, las emisoras de carácter asociativo no deberían recibir un elevado volumen de publicidad, aunque no se fija ningún límite. (Seck Ndiaye, 2008; Gueye, D, 2008; Tam-Baryoh, 2006).

Mientras otros países contemplan la actividad publicitaria como una vía legítima de sostenimiento de estas emisoras

3. La publicidad es admitida como fuente de ingresos para las radios comunitarias.

Son varios los países que admiten la publicidad sin limitaciones como vía de financiación de las emisoras comunitarias. Es el caso de Chad, o Suráfrica, en cuya Ley n° 36 de 2005, la publicidad aparece como una fuente más de financiación de estas emisoras. En Etiopía, no se excluye a esta modalidad de radio de la publicidad como vía de financiación. En Togo se justifica que la radio comunitaria pueda disponer de ingresos por publicidad porque esta, como el resto de emisoras “Elles doivent ailleurs disposer de ressources suffisantes et couvrir leurs charges dans le cadre d’un budget annuel”. En Ruanda por ejemplo, la ley de prensa de 2003 establece que la radio comunitaria recibe el mismo tratamiento que la comercial, por lo que tiene acceso en las mismas condiciones al mercado publicitario. (Ayanone, 2008). El Broadcasting Code de Nigeria también contempla como fuente de financiación cuñas de publicidad local. Mali es otro

país en el que la radio comunitaria participa también de esta fuente. Y en Benin, también la considera como recurso en su Ley nº97-010.

En la guía que la Autoridad Independiente de Ghana, NCA, aprueba en 2007 sobre el establecimiento de la radio comunitaria, no se menciona la publicidad, ni para prohibirla ni para aceptarla.

El nivel de ingresos de las emisoras comunitarias que acceden al mercado publicitario es muy limitado. Ni la cobertura de estas emisoras, ni el perfil de su audiencia, personas generalmente de pocos recursos económicos, y tampoco los contenidos suelen ser atractivos para los anunciantes. De manera que, el volumen de la receta publicitaria es muy reducido. “En moyenne, les radios déclarent réunir un quart de leurs ressources grâce aux communiqués, annonces et autres variantes publicitaires. (Berqué, 2001, p.85)

Subvenciones

En cuanto al resto de posibles fuentes de financiación, sólo algunos países contemplan las ayudas del Estado directamente, o a través de la Autoridad Independiente correspondiente

- Instituciones independientes

En Nigeria se ha instituido la posibilidad de que la radio pueda recibir subvención de la Autoridad independiente, previa solicitud en las dos convocatorias previstas anualmente. (Art. 9.7.1 Nigerian Broadcasting Code). Lo mismo sucede en Benin donde también corresponde a esta autoridad el suministro de fondos. La ley otorga “à l’instance de régulation la possibilité de fournir un appui financier aux radios communautaires” (UNESCO, 2014,p.71) .En Suráfrica, el apoyo a los medios comunitarios se articula a través de la Media development and Diversity Agency (MDDA) Este órgano de la administración “ a essentiellement pour but d’aider les communautés historiquement défavorisées à accéder aux médias, à contrôler les médias et à en devenir propriétaires, tout en soutenant les médias communautaires et le secteur des petits médias commerciaux . A cette fin la MDDA est habilitée à fournir une aide financière

directe aux médias communautaires. (Fondos proceden de asignación del parlamento de donaciones)” (UNESCO, 2014, p.72).

- *Ayudas del Estado*

Si bien se contempla la ayuda del Estado como forma de apoyo al funcionamiento de la radio, en Chad, “les subventions de l’Etat sont rares, ce sont des montants dérisoires que ne permettent même pas d’assurer un mois de fonctionnement”. (Yacoub, Z, 2008, p.23). En Uganda “Le gouvernement est censé fournir une assistance technique à la radiodiffusion communautaire et de lui apporter toutes les aides nécessaires, à charge pour l’autorité de régulation d’aider les radiodiffuseurs communautaires à renforcer leurs capacités et à mobiliser des ressources. Dans la pratique, rien de tout cela, ou presque.” (UNESCO, 2014, p.73) Una situación similar se experimenta en República del Congo, donde “ En effet la loi en vigueur prévoit une aide publique aux médias mais cette aide n’a jamais été octroyée depuis 1996, l’année de la promulgation de ladite loi.”(Nfundiko, 2008, p.47)

La regulación de la radio comunitaria en Níger dispone a través de La Ordonance 93-031, que “...funding for community radios and televisions is guaranteed by public and private subventions, contributions from members, as well as grants and legacies” (Aissami, 2011, p.94). Esta norma, sin embargo, en 2011 aún no se había desarrollado, por lo que, dada la prohibición de emisión de publicidad impuesta a las emisoras asociativas, su continuidad está en serio riesgo.

En Costa de Marfil, los mecanismos de ayuda del Estado sólo se activan en caso de riesgo de cierre de la emisora. “Lorsqu’une radiodiffusion sonore privée non commerciale est menacée de disparition et qu’elle présente un intérêt particulier pour la région dans laquelle elle émet, l’Etat peut, sur requête de la radio concernée et après avis du Conseil National de la Communication Audiovisuelle, lui octroyer une aide”. (Ndiayaye, 2008, p.19) Curiosamente este compromiso también se produce en Níger, donde se prohíbe el acceso a la publicidad a estas emisoras. En ese país, se garantiza por ley que “...is the State’s

duty to give grant support as stipulated by law in order to avoid situations where stations are forced to cease broadcasting..." (Aissami, 2011, p.95).

- *Ayudas de Administración local*

En Ghana el Estado no contribuye con la financiación de la radio comunitaria, sin embargo, esta responsabilidad la asume de forma puntual la administración local. De hecho la NCA Guidelines for establishment and operation of Community Radio stations, recoge en su texto, este posible recurso para la financiación de esta modalidad de emisora. "In a few cases, such as that of Dormaa FM, for example, the District Assembly (the local government authority) has helped with sporadic grants to some stations." (Apenteng, 2011, p. 44)

Otras formas de ayuda

Patrocinios: son aceptados incluso en los países en los que se prohíbe abiertamente la publicidad, como es el caso de Senegal. Así figura en el Cahier de Charges "Art. 21: Sont autorisées et considérées comme parrainage, les contributions d'organismes publics ou privés désirant financer des émissions dans le but de promouvoir leur imagen, leurs activités...."

Colaboraciones: En Cabo Verde las emisoras comunitarias han recurrido a colaboraciones con ONGs, en el marco de proyectos patrocinados por estas. (Mendes, 2008). Esta también es una de las principales fuentes en Ghana. En cuanto a Togo, también se acepta esta forma de apoyo externo, sin embargo, se requiere del visto bueno de la Autoridad Independiente. Así se manifiesta en el Art. 21 Cahier de Charges "Toutefois les projets de conventions liant les radios ou télévisions aux États étrangers ou aux organisations internationales sont soumis à l'avis préalable de la Haute autorité".

Contribución de la población, de los miembros de la asociación. Es una vía que, por la naturaleza asociativa de esta modalidad de radio, es inherente, y sólo algunas veces aparece de forma explícita en la normativa que regula este tipo de

medio. Así sucede en Nigeria, Níger o en Chad, en cuyas normas se plantea esta posibilidad. Sin embargo, si la radio comunitaria es precisamente una herramienta que sirve a comunidades desfavorecidas como medio de desarrollo, se puede intuir que la población no está precisamente en disposición de hacer contribuciones económicas a la emisora. De manera que, por ejemplo en Chad, “dans la plupart des cas, la cotisation de la population ou des membres de l’association initiatrice de la radio est insignifiante, voire inexistante” (Yacoub, 2008, p.23), una situación que se reproduce en la mayoría de las emisoras comunitarias.

Las donaciones, se contemplan como fuente también en la mayoría de las regulaciones. En Ghana, en el Art. 17. e) de la guía ya citada, se admite que las fuentes de financiación “... could be individuals, community- based associations, the relevant District, traditional authorities, corporate bodies, NGOs, and any other development partners.” En Senegal se aceptan las donaciones de cualquier procedencia “art.22: Les dons sont également autorisés, qu’ils émanent de personnes physiques ou morales”.

Níger también contempla ayudas privadas. En cuanto a Togo, su normativa también las autoriza, pero con la condición de poder hacer su seguimiento y tener identificados a los donantes, y las cantidades con las que contribuyen al sostenimiento de la emisora. “Art.21. Sont autorisés, les dons en matériel ou en espèce émanant des personnes physiques ou morales, des fondations nationales et internationales et des ONG. La liste des dons émanants des Etats étrangers ou des Organismes internationaux est communiquée à la Haute Autorité” Lo que sí prohíbe Togo de forma explícita es la contribución económica de cualquier partido político “ Art. 20: Est interdite, toute aide en numérique, en nature ou en industrie, provenant des partis politiques”. Esta también es una norma en Mali que aparece recogida en el Décret nº02/227/P-RM en el que en varios artículos (18 al 23) se expresa que la radio privada no lucrativa “... ne doit recevoir ni don, ni legs ni subvention en numéraire ou en nature d’un parti politique”

Pago de tasas: Algunos Estados tienen conciencia de las importantes dificultades que afrontan estas emisoras. En Camerún, las tasas que los

operadores de radiodifusión comunitaria tienen que pagar a la Administración varían en función de su alcance nacional o local. En el caso de la radio de ámbito nacional, las entidades tienen que abonar una quinta parte de lo que pagaría una radio comercial, mientras que las emisoras comunitarias de cobertura local, tienen que pagar la mitad de la cantidad con la que debería contribuir un operador comercial.

La comercialización de los servicios es otra de las fuentes que en Togo se establece de forma explícita

3.3.8. Asociacionismo de las emisoras comunitarias.

3.3.8.1. Redes de emisoras

Las redes de emisoras comunitarias representan otra de las vías de apoyo a esta modalidad de radios. Organizarse en torno a una asociación o una red, permite a los colectivos promotores de proyectos intercambiar y compartir experiencias, conocimientos, medios, y formación. Se apoyan mutuamente adquiriendo así más fuerza en el paisaje mediático africano.

Hay organizaciones nacionales, y otras que sirven de plataformas a emisoras de diferentes países. Entre las primeras se ha localizado en Mali la Association des Radiodiffuseurs de Kayes pour le Développement rural. Su papel es dar a conocer la radio rural como vehículo de comunicación entre la población rural y formar a los potenciales actores de esta tanto en la parte de producción de contenidos como en la técnica.

En Nigeria se encuentra le Réseau des Radios Rurales et des Centres d'information pour le développement. Su tarea gira en torno a lograr la coordinación entre todos los actores- colectivos locales, administraciones públicas, Organizaciones internacionales-para cubrir las necesidades de comunicación de la población rural a través de la radio asociativa. Esta entidad recibe el apoyo tanto de fundaciones como de ONGs y agencias de la ONU.

Aunque no está exclusivamente centrada en la radio, la East African Community Media Network también abarca este medio entre sus objetivos. Se trata de una Red internacional en la que están integradas emisoras comunitarias de Ruanda y Burundi y redes nacionales Kenia (KCOMNET), Tanzania (COMNETA) y Uganda (COMNETU).

Esta federación de redes y medios comunitarios, que opera en el Este de África, tiene como prioridad la lucha contra el VIH y, sobre todo, su prevención. Los jóvenes son su público objetivo, y la vía para alcanzarlos es la radio. Este medio se convierte en el vehículo más adecuado a través del cual difundir información de vital importancia para la erradicación de la enfermedad. La EACOMNET dispone del apoyo de la ONU a través de la UNESCO y de ONUSIDA (Ver ANEXO 05).

3.3.8.2. Charte des radios associatives et communautaires de l'Afrique centrale

Otro de los gestos en torno al asociacionismo de este sector, se produce en marzo de 2001. Veintisiete emisoras de Burundi, Camerún, Congo, Gabón, República Democrática del Congo y Chad se reúnen en Kinshasa, con dos objetivos. Uno de ellos es la creación del "Groupement des Radios Associatives et Communautaires (GRAC)", y el otro es la suscripción de la "Déclaration des radios associatives et communautaires de l'Afrique centrale". El contenido de este documento se basa en los principios de la Declaración universal de los Derechos humanos y de La Charte africaine des Droits de l'homme et des peuples.

Con esta Declaración se pretende reivindicar el papel y la presencia de la radio comunitaria en estos países. De manera que en el documento se hace, de entrada, especial mención el origen de estas emisoras, cuyo valor reside en el hecho de que "Nos radios associatives et communautaires sont l'émanation de la population locale qui leur a donné naissance". Asimismo se declara su independencia respecto a los poderes tanto públicos como financieros. Como emisoras pluralistas y plurales, aseguran que "Elles respectent les convictions religieuses et philosophiques de chacun quelle que soit son origine sociale,

ethnique, régionale ou nationale”³⁶. No sólo se presentan como artífices de la paz sino que son ante todo “...des radios de proximité qui font de la communication sociale et de l’éducation populaire leurs priorités”. En esta línea de actuación se muestran “Soucieuses du développement culturel et du rayonnement musical, elles valorisent la production des jeunes talents: ce sont des radios de découverte”. En la declaración expresan asimismo su compromiso por trabajar por el buen funcionamiento de la democracia así como respetar los principios deontológicos del periodismo y procurar la formación de sus profesionales.

3.3.9 Balance de las radios comunitarias en África

3.3.9.1 *Impacto positivo*

Los efectos positivos de la radio comunitaria son generalizados en los países africanos en los que se ha desarrollado esta modalidad de emisora. A continuación se exponen algunas de las bondades destacadas en una muestra de Estados en los que este medio ha sido implantado con cierto éxito (Benin, Camerún, Cabo Verde, Chad, Senegal, Burkina Faso, Mali, Uganda).

En primer lugar la radio comunitaria tiene la virtud de hacerse presente donde los demás no llegan, y acercar los contenidos para que puedan ser comprendidos. Es decir, su señal cubre zonas en las que las demás emisoras, por razones de desinterés, presupuesto o razones topográficas, no son difundidas. Por lo tanto, ejercen una misión de servicio público en los territorios más remotos necesitados de atención. (Yêdoute, 2008). Y por otra parte, como sostiene la UNESCO, el oyente no sólo debe tener la oportunidad de acceder a la radio, sino también de entender lo que se ofrece. En este sentido, esta radio de proximidad, a diferencia de las radios de ámbitos más amplios, alcanza a la población en su propia lengua, en las minoritarias, lo que la hace más cercana consiguiendo su

³⁶Déclaration des radios associatives et communautaires de l’Afrique Centrale réunies à Kinshasa du 19 au 22 mars 2001 : http://www.acrimed.org/IMG/article_PDF/D-claration-adopt-e-la-rencontre-de-Kinshasa_a536.pdf

apropiación por parte de los oyentes. En países como Chad, Burkina Faso o Benin, es un rasgo que se valora especialmente por parte de los ciudadanos.

En lo que se refiere al tratamiento de la información, esta se realiza de forma particular. En Benin,

A la différence des médias traditionnels, l'information dans une radio communautaire n'est pas traitée comme un fait isolé ou un évènement unique: elle est plutôt partie intégrante d'un processus continue et en devenir, qui sert de terreau au changement et au développement de la communauté. (Yédouté, 2008, p.6).

La información, por lo tanto, afecta directamente al oyente y cumple una función doble. De un lado propicia su evolución personal y, de otro, la de su comunidad. En Camerún, R.P Nay afirma que la radio está ayudando a " ...mieux informer à la population, l'aider à prendre conscience de la situation politique et socio-économique, l'aider à prendre soin de son propre environnement et à participer à la gestion de la chose publique" (Zongo, 2008, p.11). Pero además, se da la circunstancia de que el protagonismo del oyente está garantizado en esa información, en la medida en la que se da la circunstancia de que, "l'auditeur n'est plus seulement un consommateur d'informations, il est aussi un émetteur et participe pleinement à la vie de la station" (Zongo, 2008, p.8).

En Tchad, Camerún, Cabo Verde, Senegal, o Burkina Faso, los investigadores ponen la atención en la capacidad de estos medios en lograr la sensibilización de la población en el respeto de valores como la democracia, los derechos humanos, la buena gobernanza y la libertad. (Nya, 2008; Mendes, 2008; Yacoub, 2008; Gueye, 2008; Zongo, 2008) En este escenario la radio se convierte también en un espacio de diálogo entre los poderes públicos y los ciudadanos. Esto sucede siempre que la radio sea aceptada por las autoridades locales. En ese caso, la emisora puede convertirse en ese puente de intercambio entre gobernados y gobernantes, un espacio de debate de las cuestiones que interesan a los vecinos. En Burkina Faso se estima que "Les radios communautaires favorisent la communication sociale et créent une interaction entre les populations et les

décideurs; en ce sens qu'elles produisent avec et pour les communautés et servent de lien entre les responsables et les membres des organisations communautaires qui les ont créés." (Zongo, 2008, p.8).

Inciendo en estas funciones que se están cumpliendo en algunos países, hay que destacar también que la radio comunitaria se convierte en un agente, "un outil incontournable dans la résolution de plusieurs préoccupations liées au développement..." (Zongo, 2008). Ostenta, además, en países como Mali la capacidad de propiciar la tolerancia, así en el estudio de la UNESCO de 2014, se constata que "...on reconnaît aux radios communautaires le mérite d'améliorer la tolérance religieuse et culturelles, de promouvoir les droits des femmes et des enfants et de sensibiliser aux maladies" (2014, p.32). En Uganda es una de las principales bondades que se registra es esa virtud. "Elle a eu pour réussite remarquable d'être utilisée comme un instrument de réconciliation et d'édification de la paix"(Unesco, 2014 p 34).

3.3.9.2. Problemas del desarrollo de la radio comunitaria

El principal problema y uno de los más graves es de carácter financiero. Afecta a la totalidad de emisoras comunitarias. La autofinanciación es muy difícil. Sus ingresos son muy escasos y no pueden hacer frente a todos los gastos a los que están sometidos. Son emisoras, según indican Allumuku y White que necesitan más recursos que la propia radio comercial, por su carácter educativo. Y esto ocasiona el hecho de que "Muchas emisoras tienen dificultades para pagar los salarios de su plantilla, para los fondos de producción de sus programas y para los costes de la administración. El problema es especialmente agudo en emisoras situadas en regiones rurales donde los anunciantes no están siempre dispuestos apoyar este tipo de iniciativas." (Allumuku y White, 2004, 411)

Esta situación genera otro inconveniente, la dependencia de las emisoras respecto a las agencias internacionales que les ofrecen inicialmente su apoyo ya que, cuando se agotan los programas, las comunidades tienen grandes dificultades en conseguir financiación por otros medios. En esta línea de carencias, otra de los impedimentos con los que se encuentra esta modalidad de

radio son las deficiencias de los equipos técnicos con los que cuentan. Este equipamiento suele haber sido cedido o recuperado y reciclado para su uso. Normalmente son aparatos obsoletos, que tienen costes de mantenimiento que las comunidades no pueden permitirse. (Maïga, 2011). En Etiopía la avería de los equipos ha dado lugar al cierre de la emisora comunitaria, Radio Harar. (Gebretsadik, 2006, p.17).

En Camerún se produce una situación de cierto estrangulamiento a este tipo de emisoras ya que si bien se prohíbe el uso de la publicidad como vía de financiación, el tratamiento fiscal y el pago de tasas a la Administración, por el uso del espectro y por la licencia, es el mismo que para cualquier emisora comercial. Esto genera un conflicto importante entre los operadores asociativos ya que se les veda la posibilidad de obtener recursos, pero en ningún momento se benefician de su condición como emisoras comunitarias. (Ndiaye, 2008). En Senegal la situación es muy similar, la publicidad está prohibida, de manera que los ingresos son muy inferiores a las cargas a las que la emisora debe hacer frente.

En Ruanda la Ley de 2003 en torno a la prensa no hace distinciones entre radio privada comercial y comunitaria, a ningún efecto. De manera que se enfrentan ambas al mismo trato. Sin embargo, como apunta Solange Ayonone (2008, p.50) “ Les radios communautaires qui sont considérées comme des radios privées payent aussi le même montant, alors qu’elles n’ont pas les mêmes capacités financières”. Esta circunstancia ha sido denunciada y aún sometida a estudio por las autoridades.

Los operadores comunitarios en la República Democrática del Congo se encuentran en la misma situación. Las tarifas son las mismas sin distinción para todos. Pero en el caso de las emisoras asociativas, el problema es que

Ces montants sont énormes vu la taille, la précarité et le mandat des radios communautaires; alors il s’observe une sorte de révolte tacite et de refus de cautionner... Les radios perçoivent cela comme une ignorance par l’Etat de leur rôle et ceci explique aussi qu’elles se soustraient, volontiers, au paiement de ces lourds frais prévues par la loi. (Nfundiko, 2008, p.47)

En Uganda, como ya se ha apuntado, la ayuda del Estado, comprometida ante los operadores de radio comunitaria, no se ha llegado a distribuir, sin embargo, sí que las emisoras se ven beneficiadas con un trato especial en lo que se refiere al pago de las tasas por los derechos de ocupación del espectro y la licencia ya que se les aplica importantes reducciones en comparación con las tarifas establecidas para empresas comerciales. (UNESCO, 2014)

La escasa formación de los profesionales o voluntarios que colaboran en este tipo de emisoras, así como la inestabilidad económica de quienes cooperan que les hace moverse hacia otro tipo de actividades, es otra de las situaciones que padecen las radios comunitarias. “aunque disponen de voluntarios que son parte integrante de la radio comunitaria ideal, es necesaria alguna plantilla estable. Aunque los voluntarios tengan alguna forma de ingresos estable, pronto buscan otras formas de empleo” (Allumuky y White, 2004, p.411).

La aceptación y compromiso de la comunidad con una emisora de estas características es esencial. Los ciudadanos son su razón de ser. En Ruanda se ha dado algún caso en el que “la non implication de la communauté dans les activités des radios communautaires entraîne la non appropriation de la radio par la communauté”, abocando proyecto al fracaso (Ayanone, 2008, 51). De modo que cuando la población no se involucra en el funcionamiento de la emisora, el proyecto pierde todo el sentido.

3.4.- LA RADIO CONFESIONAL.

La clasificación de las emisoras de radio en Africa es muy difícil de delimitar. No existen categorías puras, tipologías únicas. La casuística es muy amplia y prácticamente cada emisora constituye en sí misma un modelo de radio.

En la tipología de emisoras de radio, establecida por el Instituto Panos en 2005, se sitúa la radio confesional como una modalidad de radio privada sin ánimo de lucro “... dont la mission principale est de propager la doctrine et les messages provenant d’une confession religieuse” (Panos, 2005, p 22).

3.4.1. Estatus jurídico de la radio confesional

Los dos principales rasgos que suelen definir la radio confesional vienen determinados, de un lado, por la función que cumple - la de propagar una doctrina-, y, por otro, por la renuncia a la obtención de beneficios económicos-son entidades sin ánimo de lucro-. Sin embargo, se observa que en muchos casos, la iniciativa de la puesta en marcha de una radio confesional no se limita únicamente a difundir una religión y sumar fieles. En numerosas ocasiones existen otras motivaciones. Pero además, en lo relativo a su forma de financiación, en muchos casos, no renuncian a los ingresos por publicidad. La casuística, por lo tanto es muy amplia, y los dos criterios que en principio debería cumplir una radio de esta naturaleza no son suficientes para situarla.

A la complejidad en ubicar las radios confesionales entre las diferentes tipologías de radios privadas por la particularidad de la organización de su actividad se suma el hecho de que cada país africano adopta su propia norma y posicionamiento ante este tipo de emisora. Étiene Damome (2014) hace una revisión de los status de la radio confesional en África Subsahariana, que ayuda a entender la diversidad de tratamiento al que esta modalidad de radio está sometida en el continente.

- Radio no comercial: Bénin, Costa de Marfil,

Están incluidas entre las radios no comerciales y comparten status con las asociativas y comunitarias. Pliegos de condiciones de Bénin de 1997 se contempla en estos términos “ être à but non lucratif; être de type associatif ou appartenir à une personne physique ou morale ... viser dans s programación l’information et l’animation locales, le développement cutlurel et l’éducation”

- Radio asociativa/ Comunitaria: Burkina Faso y Togo

Se incluyen entre las radios asociativas/comunitarias. Se considera la radio confesional como emisoras privadas no comerciales porque “elles mènent des activités à but non lucratif et évoluent hors du champ de la publicité

commerciale". Además se consideran instrumento de grupos y comunidades, en este caso de carácter religioso

- Radio privada: En Camerún y República Democrática del Congo, Tanzania, Kenia, Suráfrica

Las radios confesionales se consideran radios privadas y por lo tanto pueden ser comerciales o asociativas. No se les impone la obligación de renunciar al mercado publicitario. Cada una elige su modalidad de financiación.

- Radio sin estatus : Mali, Senegal, Chad, Ghana

No hay ninguna regulación en torno a esta modalidad de emisoras, ni se las nombra. " la législation et les textes réglementaires n'attribuent aucun statut spécifique à la radiodiffusion religieuse" (Damome, 2014, p.78)

En Chad, por ejemplo, la distinción entre emisoras se hace en función de la cobertura. De modo que en función de su ámbito de difusión, una radio confesional puede situarse como radio local, regional o incluso nacional

- Radio prohibida: Ghana y Nigeria

En estos dos países las radios religiosas están prohibidas, sin embargo, alguna emisora ha conseguido la aprobación potenciando propósitos no religiosos para lograr ocultar los de carácter confesional (Damome, 2014, pp. 71-80).

3.4.2.- Funciones y tipos de contenidos de las radios confesionales

Las funciones de las radios religiosas varían no sólo en función de la confesión por las que son promovidas sino también por la motivación de los

emprendedores, las circunstancias en las que se desarrolla el proyecto, así como por las condiciones económicas, sociales y culturales del entorno al que va dirigida.

El Institut Panos, destaca, en este sentido que "il faut noter que toutes les radios relevant de l'initiative des églises ne se réduisent pas à cet aspect purement religieux. Certaines de ces radios confessionnelles sont très nettement orientées vers le développement et sont de vraies radios communautaires" (Panos, 2005, p22)

En el escenario de la religión católica los objetivos se extienden desde la evangelización -la difusión del rezo, el anuncio de la Buena nueva, -, pasando por el fomento de la conciliación y convivencia entre religiones, así como una función más práctica relacionada con la alfabetización, o la difusión de consejos para la agricultura o la salud.

Radio María, presente en numerosos países africanos, se centra a través de la devoción a la Virgen María "...à la prière à travers la récitation complète et quotidienne du chapelet, ainsi qu'une attention particulière envers les personnes qui souffrent" (Damome, 2014, p.51)

Otras emisoras como Radio Taanba (1993) en Burkina Faso, se erige como un instrumento para unir a los fieles de las diferentes creencias. Esta es también tarea en Togo Radio Sainte Thérèse (2004), que no sólo busca cumplir con su misión evangelizadora, sino también pone..."L'accent mis sur l'annonce de la Bonne Nouvelle et le dialogue avec des musulmans P.50" (Damome, 2014, p 44-50).

Conscientes de la importancia del bienestar de los fieles para recibir el mensaje en Burkina Faso Radio Fréquence Espoir(1993), situada en un entorno rural, desarrolla su actividad " Estimant que l'évangélisation n'est efficace que si elle est étroitement liée au développement..."de modo que " les responsables se sont donné les moyens de sensibilisation en faveur des nouvelles techniques culturelles et de la lutte contre l'analphabétisme" (Damome, 2014, p.45).

Radio Unitas (1998) de Burkina Faso también entiende su labor en términos similares, “... aider à amélioration de la qualité de vie de la population et de donner un nouvel élan à la pastorale”. En cuanto a Radio Freed en Ghana, donde la radio confesional está prohibida, la emisora se presenta como educativa (2005). Su función se centra en “... la lutte contre l’analphabétisme et son engagement pour le développement socioéconomique et culturel de la région” (Damome, 2014, p 46-49).

En lo que se refiere a las iglesias evangelistas, las mueve también la necesidad de contribuir al desarrollo. En Burkina Faso, la emisora Radio Lumière Vie Développement (LVD) (1995) tiene como función la de difundir información práctica como elemento esencial en el avance de las comunidades. Por otra parte, la difusión de sus preceptos religiosos y la necesidad de proponerse como nexo entre los fieles de las diferentes corrientes de la iglesia evangelista es, por ejemplo, el propósito de Radio Bonne Nouvelle (2000), la radio de Togo, que a pesar de pertenecer a la iglesia pentecôtiste tiene como objetivo convertirse en “le lieu de rencontre des églises qui n’ont pas de radios, qu’elles soient charismatiques ou pentecôtistes” (Damome, 2014, p. 62).

La actividad económica es otra de las actividades de las radios protestantes. Está relacionada con los negocios, que no sólo se emprenden para autofinanciarse sino también para obtener beneficio.

Si bien en algún caso, una emisora musulmana se plantea el desarrollo económico y social como objetivo, este es un propósito secundario. Es lo que sucede con la emisora El Shat Atelier. La educación en torno a la religión musulmana, es lo que centra el interés de la mayoría de las emisoras que se han constituido en los últimos años. El principal objetivo, como sucede en la emisora la voix Islamique de la Donga en Bénin (2003) es “renforcer la foi des croyants et à leurs assurer une formation coranique et religieuse convenable”. En este mismo sentido se desarrolla la actividad en Al Houda, focalizada en la formación como principal misión. Sin embargo, la propaganda, la conversión a la religión musulmana y el proselitismo son los objetivos de emisoras como en Burkina

Faso en Radio Islamique Ahmadiyya, Radio Ja - a Al Haq en Togo o La Voix de l'Islam en Bénin (Damome, 2014 pp.66-70).

Con estas funciones como referencia, los contenidos de estas emisoras giran, por lo tanto, en torno a la propagación de la fe para lo que no sólo difunden programación en torno a la evangelización, la formación religiosa, la espiritualidad, vida comunitaria y diversión (Damome, 2014, 134).

Como señala el experto en radio y religión en África, "La structure de l'auditoire potentiel des émissions et des radios religieuses est très complexe. Dans leur souci de couvrir à la fois le champ religieux et humain, de servir le développement intégral de l'homme, les radios ont développé une communication en direction d'un public très varié. Toutes les catégories socioprofessionnelles, identitaires, culturelles ou confessionnelles sont concernées "(Damome, 2014, p186).

Un estudio realizado por el Instituto Panos en torno a los medios y las religiones en África del Oeste en 2009 estima que las emisoras religiosas presentan cierta diversificación en sus contenidos. Según los resultados de este trabajo de investigación, si bien el principal componente de la rejilla de programación es religioso, representando el 65% de los programas, hay un 20% de contenidos que versan en torno a diferentes aspectos del desarrollo (social, económico, educativo o cultural) mientras que otro 10% está integrado por música y el 5% restante por publicidad (Panos, 2009, p. 164).

3.4.3. Relación de los Estados con los promotores de radio religiosa

La relación de los Estados con las diferentes religiones establecidas en África varía de un país a otro, e incluso de un momento a otro en el devenir de esa nación. De modo que oscila en una horquilla de comportamientos que van desde el enfrentamiento a la colaboración.

Hay territorios en los que no se da cabida a la radio con contenidos religiosos. Ghana así lo tiene establecido de modo que este país, "Le Ghana ne connaît pas officiellement de médias confessionnels. Les médias religieux existants n'ont donc pas de statut religieux, pas plus qu'ils ne portent de nom religieux" (Tudesq, 2002, p.49).

Otra situación en la que se aprecia una relación de enfrentamiento entre poder público y radio religiosa es la experimentada en Angola ya que la emisora católica Radio Ecclesia se vió sometida a un proceso de nacionalización en 1975. Sólo 22 años más tarde la emisora fue recuperada por la Iglesia católica. (Tudesq, 2002, p 74)

En otras ocasiones, la radio se encuentra afectada por una situación de guerra y se convierte en el objetivo de las milicias que luego se convierten en gobierno. Es lo que sucedió en Liberia "La radio protestante ELWA a été dévastée en 1996 et n'a repris qu'en octobre 1997 à Monrovia." (Tudesq, 2002, p.71)

Sin embargo, no siempre existe animadversión entre las autoridades y las confesiones religiosas que desean implantar emisoras. En algunos países se les ha otorgado el privilegio de abrir la etapa de pluralismo radiofónico y ser ellas las que han roto el monopolio de la radio Pública. Así ha ocurrido en la República Centroafricana a mediados de los 90 donde, en esos momentos

Radio Notre Dame FM est la seule radio privée de la République centrafricaine qui fonctionne depuis 1995 (en vertu d'une autorisation accordée par le chef de l'État et l'Église catholique qui peut créer une radio dans chacun des cinq diocèses du pays. (Tudesq, 2002, p.73)

Esta buena relación entre Estado e Iglesia se produce también en Costa de Marfil donde se suscribe " une convention du 14 août 1989 entre le Vatican et la République de Côte d'Ivoire permettait à l'Église catholique d'avoir une **station nationale** et aux diocèses d'avoir une station à diffusion locale. Según se recoge en el estudio de Institut Panos se determina que "L'Église Catholique jouit du droit d'installer, maintenir, et fonctionner sur le territoire de la Côte d'Ivoire une station principale de radiodiffusion à diffusion nationale et internationale et des stations diocésaines à diffusion locale" (1997, tomo 1, p.80). De manera que todas

las diócesis obtienen de este modo el permiso para difundir una emisora de radio en Frecuencia modulada.

En algún caso, incluso el Estado ha cedido espacios de emisión a una emisora religiosa. En Burkina Faso a principios de los 60, con anterioridad a la liberalización, y en pleno proceso de formalización de independencia, el Gobierno de Burkina otorgó un tiempo de antena a la Iglesia evangélica de la Asamblea de Dios "EVAD a une expérience confirmée dans l'usage des médias. Elle a été la seule institution religieuse à utiliser le temps d'antenne imparti aux confessions sur la radio Tv nationales." (Damome, 2014, p.57) Incluso en el Chad, el Estado cede a una emisora religiosa el uso de equipos de emisión. Radio Présence est une radio catholique qui utilise un émetteur de la radio de l'Etat." (Tudesq, 2002, p.73)

3.4.4 Las radios católicas en África

La presencia de emisoras católicas en África es relevante. Existe incluso un órgano, Cameco, el Consejo de Medios católicos³⁷, que se ocupa de apoyar de manera efectiva el desarrollo de las radios católicas en África, entre otras zonas del mundo. Como órgano consultivo, reúne un gran volumen de datos sobre las emisoras extendidas en África. De modo que, esta es la fuente de la que se parte para el desarrollo de este apartado.

En el conjunto del continente 31 países cuentan con, al menos, una radio de confesión católica. Hay registradas en 2016, según datos de CAMECO, 205. Aunque hay alguna radio católica implantada con anterioridad, el mayor

³⁷ The Catholic Media Council (CAMECO) was founded on June 16th 1969 by the international Catholic media organisations UCIP (Press), OCIC (Film and Audiovisuals), UNDA (Broadcasting) - now SIGNIS (The World Catholic Association for Communication) - and the German Catholic Bishops' Conference. The office opened in 1970. According to the statutes CAMECO's aim is "the promotion of the work of the Catholic Church in the field of social communications in developing countries, in particular through advice, planning and assistance in education and further studies".

volumen de creación de emisoras se registra a lo largo de la década de los 90 y de 2000, lo que se explica por coincidir con el momento en el que se produce la liberalización de la radiodifusión. (Ver ANEXO 06)

El número de radios por país oscila entre 1 - en países como Angola, Burundi, Cabo Verde, Guinea Bissau, Lesotho, La Reunión, Ruanda, Sao Tomé y Príncipe y Senegal- donde sólo existe una presencia testimonial de las emisoras católicas, hasta una cifra que supera las 25, como son los casos de Madagascar (27), o incluso que alcanza las 36 como sucede en República Democrática del Congo.

Distribución por ciudades

En lo que se refiere a la ubicación de las emisoras católicas, se evidencia una clara tendencia a sumar coberturas. Con alguna excepción, en una ciudad no suele coincidir más de una radio católica. Parece existir cierta coordinación entre instituciones para ampliar la presencia de las emisoras de confesión católica en el territorio, y evitar la concentración de este tipo de contenidos en una misma localidad.

Tabla 39: Distribución de radios católicas por país

1	1	Angola
2	2	Benin
3	14	Burkina Faso
4	1	Burundi
5	11	Cameroun
6	1	Cape Verde
7	5	Centrafrique
8	3	Congo
9	8	Côte d'Ivoire
10	2	Gabon
11	3	Ghana
12	1	Guinee Bissau
13	13	Kenya
14	1	Lesotho
15	2	Liberia
16	27	Madagascar
17	2	Malawi
18	5	Mali
19	9	Mozambique
20	1	Namibia
21	37	RD Congo
22	1	Reunion
23	1	Rwanda
24	1	Sao Tome & Principe
25	1	Senegal
26	2	Sierra Leone
27	11	South Africa
28	8	Tanzania
	8	Togo
29	8	Tchad
30	8	Uganda
31	9	Zambia

Fuente: Elaboracion propia

Iniciativa de la emisora católica implantada

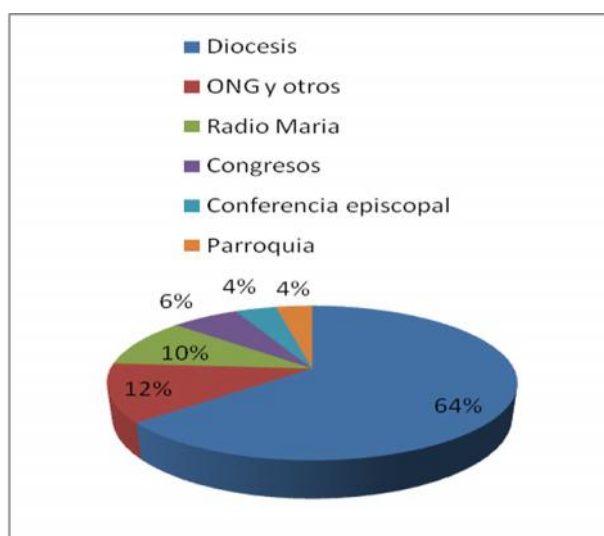
La Iglesia católica ha implantado un amplio número de emisoras en el continente africano que han sido promovidas por diferentes instancias del propio seno de la Iglesia o entidades relacionadas directamente con ella. La Conferencia episcopal, las Diócesis, o las parroquias así como diferentes congregaciones, asociaciones, ONGs o incluso universidades y particulares son promotores y propietarios de estas emisoras.

Tabla 40: Iniciativa de la emisora católica

TOTAL	Diócesis y archidiócesis	ONGs	Radio María	Congregaciones	Conferencia episcopal	Parroquias
205	131	25	21	13	8	7

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3: Propiedad



Fuente: Elaboración propia

La proporción entre las diferentes entidades es muy desigual. Las Diócesis, con sus obispos al frente, son las principales promotoras del desarrollo de los proyectos radiofónicos católicos en África. Casi el 64% se han activado por esta vía.

- Diócesis

Las **Diócesis y archidiócesis** son las entidades desde las que mayoritariamente se ha propiciado la puesta en marcha de las radios católicas. Son 14 las archidiócesis de 11 países diferentes las que han tomado la iniciativa para crear una emisora. En Burkina Faso, Mozambique y Zambia, incluso han intervenido dos archidiócesis diferentes del país para activar cada una de ellas una radio.

En determinados territorios, es el caso de Madagascar, Congo, Kenia, Sudan, o Burkina Faso, se observa que las Diócesis han sido especialmente proactivas

tomando las riendas del desarrollo radiofónico católico del país mediante la creación, como ha sucedido en Madagascar, de hasta 21 emisoras.

- Organizaciones no Gubernamentales

Las asociaciones y Organizaciones no Gubernamentales de confesión católica también llevan la iniciativa en la creación de emisoras en determinadas ciudades. Es el caso de OCADES, la Organización católica para el desarrollo y solidaridad, que encabeza la Radio Notre Dame du Sahel en Burkina Faso, en Ouahigouya. Hay otras como PRODI, correspondiente a las siglas de “La Promesse de Dieu”. Es una organización católica que desarrolla una actividad no solo evangelizadora sino también se ocupa del desarrollo económico. Su labor consiste en hacer “...promotion de l'élevage du petit bétail, de la pisciculture et de la culture maraîchère son cheval de bataille”³⁸. Esta entidad es la promotora de una de las radios católicas de República Democrática del Congo, Radio Ditunga.

Otra organización es ADDECS, la “Association des dirigeants entrepreneurs et cadres catholiques du Sénégal”, una entidad orientada a formar a los jóvenes. Es asimismo la ONG que ha activado la emisora Radio *Ésperance* instalada en la capital de Senegal.

En Tchad opera BELACD. Se trata de una organización sin ánimo de lucro que desarrolla diferentes programas de desarrollo rural educativo, cultural, de salud.³⁹

Es otra de las entidades que con el apoyo de diferentes instituciones católicas - Cáritas, Diócesis,...- ha implantado seis emisoras en seis ciudades diferentes del Tchad.

Estos son algunos ejemplos del papel que juegan las ONG de signo católico en la creación de emisoras.

³⁸<http://www.radiookapi.net/emissions-2/okapi-service/2010/03/15/kinshasa-1%25e2%2580%2599ong-prodi-et-1%25e2%2580%2599encadrement-des-agriculteurs#sthash.ofDGvtyw.dpuf>

³⁹ <http://www.diocesedepala.com/bulletin/developpement/belacd>

- Radio María

A una gran distancia de las Diócesis como promotoras de emisoras, se encuentra la **Asociación Radio María, que** ha hecho posible asimismo un buen número de altavoces de la religión católica. La presencia en Africa de la Asociación Radio María desde que se constituyera a finales de la década de los 80 es moderada. Esta cadena es una expresión más de la Iglesia católica, pero se define como una emisora que "...no es patrimonio de ninguna congregación o movimiento particular, sino una iniciativa de católicos potencialmente abierta a toda realidad eclesial en comunión con su Jerarquía."⁴⁰

A tenor de los datos ofrecidos por CAMECO, la cadena Radio María está presente en 14 países africanos. En muchos casos estas emisoras reciben el soporte de la Diócesis o de la Archidiócesis donde se instalan. Es habitual encontrar en un mismo país varias de estas emisoras. Es el caso de Togo donde se extiende a tres localidades, Kara, Lomé y Kpalimé, o en República del Congo país en el que está presente en la capital, Kimshasa, en Kananga y Bukavu. En Camerún, por ejemplo, se encuentra situada en la capital y otra ciudad, Edea. Y sucede lo mismo en Congo, país en el que se localiza en Ouesso y Pointe-Noire. En otros territorios como Burkina Faso, Burundi, Kenia, Madagascar, Mozambique, Sierra Leona, Uganda, Zambia o Tanzania, hay una sola emisora de esta Red.

- Congregaciones

Trece de las 205 emisoras registradas por CAMECO, lo que supone un 6.3%, han sido iniciativa de diferentes **congregaciones,**

Aunque las emisoras gestionadas por órdenes religiosas no son muy numerosas, la puesta en marcha de una emisora ha sido el objetivo de, al menos, 8 congregaciones implantadas en 10 países⁴¹. Las congregaciones presentes son: los

⁴⁰ www.radiomaria.es [consultado el 17/04/2017]

⁴¹ Los Hermanos capuchinos son los promotores de dos emisoras. Una de ellas está instalada en Cabo Verde. Se trata de Radio Nova, la única radio católica presente en este país. De modo que la presencia radiofónica de la fe católica es iniciativa única de esta congregación. La segunda emisora de los capuchinos se encuentra en República

Hermanos capuchinos, los Salesianos, los Hermanos hospitalarios de San Juan de Dios, La Congregación del Santísimo redentor, Los misioneros de la Preciosa sangre, los Padres Dominicos, y los misioneros oblatos de María Inmaculada.

- Conferencia Episcopal

La **Conferencia episcopal** lidera 8 emisoras (4%). Hay cuatro países en los que la intervención de la **Conferencia episcopal** ha permitido que exista al menos una emisora católica en ese territorio. Lesotho cuenta con Radio Spes Nostra en Maseru, Angola con la Radio Ecclesia, Namibia con RAdio Ecclesia, todas promovidas por las respectivas Conferencia Episcopal. En cuanto a Ruanda, la única emisora que se ha instalado ha sido fruto de la cooperación entre la Conferencia episcopal y la Asociación Radio María.

En otros países como Kenia, Sudan del Sur, Costa de Marfil, Kenia y Uganda, en los que se han creado entre 13 y 8 emisoras, la Conferencia episcopal ha contribuido con una única Radio.

democrática del Congo. Es radio Lendisa en la ciudad de Bwamanda. La Congregación de los Salesianos es la responsable de dos emisoras en Madagascar. Una de ellas es Radio Mazava y la otra Radio Zarasoa. Pero lo es también de Don Bosco radio en Sudán del Sur. La Radio Inmaculada Concepción de Benin es obra de los Hermanos franciscanos de la Inmaculada, quienes con la colaboración de la Conferencia Episcopal de ese país han instaurado la emisora. Por su parte, los Estigmatinos son quienes rigen la emisora de Costa de Marfil, Radio Paix Sanwi en Aboisso. Otra de las congregaciones presente a través de una emisora en África es la de los Hermanos hospitalarios de San Juan de Dios, que en Togo dispone de Radio La Voix de San Juan de Dios. También lo está la Congregación del Santísimo Redentor en República Democrática del Congo donde opera la emisora Radio Vuvu Kieto. En este país son dos las congregaciones presentes con proyección radiofónica, El Santísimo redentor y los hermanos Capuchinos. En cuanto a las congregaciones de misioneros, tres de ellas han decidido desarrollar un proyecto radiofónico en Africa. Los Misioneros de la Preciosa Sangre lo han hecho en Tanzania, a través de Radio Mgwandaza en Dodoma, mientras que los padres Dominicos están en Africa del Sur con Radio Veritas, y los Misioneros oblatos de María Inmaculada han activado Oblate Radio Liseli en Mongu. En este país también se encuentra presente la Compañía de Jesús a través de la Radio Kwizera.

- Parroquias

El protagonismo de las **parroquias** en el despliegue de emisoras católicas es bastante marginal en comparación con las Diócesis. Son pocas las iniciativas que parten de este entorno. Quizá esto se deba a la limitación de medios con los que los fieles en el ámbito local cuentan para el desarrollo de emisoras parroquiales. Se registran siete proyectos de este tipo en

- Otros

Entre las iniciativas que se identifican hay que señalar dos casos particulares. Uno de ellos es el Radio Reine. En esta ocasión no se trata de una institución sino del Prelado Jean Marie Bodo en Camerún. Esta persona aparece como el propietario de la emisora, situada en la capital, Yaoundé. Otro de las situaciones que se diferencia de la tendencia es el de SAUT Radio de Mwanza en Tanzania, cuyo fundador es una institución Universitaria, la Saint Augustin University of Tanzania.

Finalmente, en lo que respecta al uso de las lenguas de las emisoras católicas, el tratamiento de los datos de Cameco, nos permiten ofrecer una visión general de la importancia que para estas emisoras tiene el empleo de los diferentes idiomas.

Las lenguas de las antiguas colonias, que en determinados países han permanecido como lenguas oficiales, están presentes en algunas emisoras. Así, el francés en primer lugar, el inglés, de lejos en segundo y el portugués, son los idiomas no locales de mayor uso. Estos generalmente se combinan con las lenguas autóctonas muy numerosas. Se registran varias decenas de dialectos o hablas locales en las que se difunden contenidos religiosos.

Las lenguas locales utilizadas son: Bissa Dioula, Bwamu, Samo et Nounouma, Dagara, lobiri, jan; jula, bobo, senoufo, toussian, siamou, vigué, sambla, samago, tiefo, ewondo, Pidgin, Bakoko, Bassa, Malinba, Beti, Creole Sango, lingala, tshiluba, Dioula; Abouré; Wè; Bété; Koulango; Adjoukrou; Baoulé; Abron; Ebrié; Attié; Kassem, Nankam and Buli; Dagaari, Sisaala; Malgache. La

distribución del uso de las lenguas se realiza en ocasiones por minutos, y en otras, por porcentajes de programación.

3.4.5. Las radios de otras iglesias cristianas en África

Son diversas y numerosas las iglesias, al margen de la católica, que se han involucrado en la puesta en marcha de emisoras religiosas en África. Además, según afirma el profesor Damome que " les radios protestantes ne sont pas seulement pionnières, elles sont pratiquement aussi bien répartie sur le terrain que les radios catholiques. Parmi elles, certaines fonctionnent quasiment comme un réseau." (Damome, 2004 p. 64).

Dada la diversidad de la procedencia de las iniciativas en el seno de las distintas iglesias, la posibilidad de acceder a una relación de emisoras y disponer de datos sobre ellas es muy difícil. (Ver ANEXO 07).

Los movimientos evangélicos se presentan bajo diferentes organizaciones e iglesias.

- Iglesia Pentecostal

Una de las que parece tener una importante presencia en el escenario radiofónico es la Pentecostal. Sus iniciativas en la puesta en marcha de una emisora son generalmente gestionadas por distintas vías. Puede ser a través de la Unión de las iglesias pentecostales, pero también por la intervención simplemente de un pastor. Entre los países donde se registra este tipo de canales encontramos Togo, Bénin, Ghana y Uganda, territorios en los que se han desarrollado proyectos como Radio Victoria, Radio Bonne Nouvelle, y Radio Réveil -estas dos últimas fueron activadas entre 2000 y 2002- o Radio Siloé, Radio Christ FM; o Spirit FM o Power FM.

- Iglesia evangélica

Una de las radios más emblemáticas de la Iglesia evangélica es Radio Évangile et Développement. Esta emisora se activa en 1993 en Burkina Faso. ES el primer canal religioso de este país, que da paso al lanzamiento de varias estaciones locales en el resto del territorio. Además, RED es la emisora de referencia de otras como Radio Lumière Vie Développement, inaugurada en Burkina Faso en 1995. (Damome, 2014, p.57)

- Iglesia luterana y metodista

Por otro lado, entre las emisoras promovidas por la Iglesia luterana, hay que destacar la Studio Sawtu Linjila, en Camerún y la Lutheran FM Radio, creada en 2000 en Tanzania. En cuanto a Radio Hosana FM de Bénin es una de las emisoras representativas de la Iglesia metodista, mientras que en Togo, Radio La Grâce, lo es de la Iglesia Bautista.

- Iglesia evangélica americana

La misión evangélica americana es otro de los órganos de esta Iglesia con intereses en el sector radiofónico. La Radio ELWA, Eternal Love Winning Africa, está activa en Ghana, Libéria, Nigeria y en República Democrática del Congo. Su origen se sitúa a mediados de la década de los 50 cuando empieza a emitir en onda corta unos contenidos que reflejaban la filosofía y la estrategia planteada desde la misión evangélica. En Ghana inició sus emisiones en 1954. Unos años más tarde uno de los responsables de la Cadena, Henry Grimes definía así su contenido

“Programs are not only religious, they are also wholesome and educational, with well-rounded public service features, music, news, stories, sermons, and lectures. In addition to reaching people of other lands in their mother tongues, some of these programs are reaching tens of thousands of our own people in their dialects. ELWA has brought Christ and Christian enlightenment and peace and consolidation to many hearts”. Grimes, H (1960) “A Mighty Voice” en Africa

Now. Radio Evangelism in Africa. January March 1960. Sudan Interior Mission, New York.

Con la excepción de la emisora ELWA de Ghana, el resto de radios evangélicas han sido activadas a lo largo de las dos últimas décadas a partir de los 90.

A continuación se ofrece una relación de emisoras con el mero propósito de ilustrar en la medida de lo posible la fisonomía de la actividad que las organizaciones cristianas están llevando a cabo en África. Aunque no se trata en ningún caso de un catálogo exhaustivo de emisoras, la lista confeccionada se ha elaborado a partir de la conjunción de los datos recogidos en diferentes publicaciones científicas.

3.4.6. Las radios musulmanas

A diferencia de la tradición en el uso de la radio por parte de los católicos y los cristianos de diversas iglesias, los musulmanes han recurrido a la radio como medio de comunicación, muy recientemente, en el año 2000. La primera es la Radio Jabal'Nour Al Islamia, que se implanta en Togo. Como apunta el profesor Damome " Parmi les radios religieuses, celles de confession musulmane sont les dernières nées..... C'est récemment qu'ils se sont tournés vers la création des radios. ...cette rentrée en lice tardive explique très certainement leur infériorité numérique" (Damome, 2014, p.64).

3. Corrientes religiosas

- Islam sunnita

Entre las emisoras de las que se ha obtenido algún dato respecto a la corriente religiosa a la que pertenece, se observan varias tendencias. Una de ellas es la del islam sunnita, practicado en África del Oeste. Es la tendencia con la que se identifica la emisora Radio Al Houda, instalada en Burkina Faso. Hay otras dos emisoras en Nigeria, que también se encuentran alineadas con esta orientación religiosa. Se trata de las emisoras Freedom Radio y Radio Kano. Por otra parte

en Senegal se localiza una radio que se reivindica como emisora de sunnita. En el marco del Islam sunnita, se encuentra el Wahhabita, que tiene su origen en el seguimiento de los preceptos del predicador saudí Abd el Wahhab. Esta es la variante de la religión musulmana presente en las emisoras de tres países de los estudiados. Una de ellas es La Voix de l' Islam instalada en Bénin. Otra es la emisora Al Mafaz, ubicada en el país vecino, Burkina Faso y finalmente la tercera es la Voix de Coran et de Haddiths que opera en Mali.

- Ahmadis

Entre las emisoras musulmanas también se identifica alguna de ella en la línea de la corriente islámica Ahmadís, de origen pakistaní. Se trata de la emisora de Radio islamique Ahmadiyya, que viene desarrollando su actividad desde 20002 en Burkina Faso.

Distribución de las emisoras

De los doce países en los que se ha localizado al menos una emisora de radio de contenido religioso parece observarse cierta tendencia a la implantación de las emisoras musulmanas en aquellos territorios en los que esta religión no goza de una presencia mayoritaria entre la población. No obstante se pueden destacar tres situaciones.

La primera es la instalación de la emisora musulmana en un territorio en el que estas creencias tienen un seguimiento indiscutible entre los ciudadanos. Esta situación se produce en países como Malí, Senegal, o Somalia donde la proporción de fieles es superior al 80%.

Otra de las situaciones es la que se produce en países como Burkina Faso, Chad o Costa de Marfil, Nigeria donde la población musulmana alcanza cotas de entre el 40 y el 50%. Existe incluso en ciertos casos un margen muy estrecho entre fieles de una u otra religión.

Y por último, se apuesta por desembarcar en aquellos países donde la religión musulmana es profesada sólo por una minoría. Esto es lo que se constata

en países como Benín donde los musulmanes representan el 25% de la población o en Togo y Ghana o Camerún donde no llegan al 20% o Kenia, un territorio en el que sólo algo más de un 7% de los habitantes siguen los preceptos del islam. En esta estrategia, el caso más emblemático es el de SurÁfrica donde se ha implantado la emisora Azaania Broadcasting Corporation en un entorno en el que los seguidores de la creencia musulmana se reducen a un 1,7% de la población. (Ver ANEXO 08).

3.5. LA RADIO INTERNACIONAL

La llegada de la radio a África se produce como en el resto del mundo occidental en torno a la década de los años 20 del siglo XX. (Mytton, 1997). **La singularidad de su implantación se encuentra en el hecho de que** el origen de este medio en el continente africano está estrechamente vinculado a la radiodifusión internacional. André Jean Tudesq, historiador de la radio en Africa así lo afirma “Les radios internationales ont été associées à la naissance de la radio en Afrique noire” (Tudesq, 2002, p.115) Théophile Vittin destaca, en este sentido, que en el continente africano “... l’internationalisation de la radio est plus ancienne que celles des autres médias et aussi plus importante.” (Vittin, 2002, p.83). El motivo reside en el hecho de que la radio, a diferencia de lo que sucede en gran parte del mundo, nace como medio internacional. Se activa dirigido principalmente a los colonos en África. Años más tarde experimenta un proceso de localización.

Los albores de la radiodifusión se sitúan en un momento histórico muy particular que condiciona su desarrollo. “International radio broadcasters in Africa were born in the colonial context. (Fielder, A and Frèrer, MS 2016, p.72) Inicialmente, la llegada de este medio pasa desapercibida. Sólo una élite podía beneficiarse de esta invención “This was because although many colonial settlers and officials soon acquired sets in order to hear broadcasts from London , Paris, Hilversum or the very few african transmitters, very few indigenous african had sets. “ (Mytton, 1997). No afecta por lo tanto a la población africana sino sólo a quienes podían disponer de un equipo receptor, los extranjeros, que gozaban de un nivel económico muy superior al resto de los habitantes. La radio en Africa sólo cubría las necesidades de información de los colonos. Pero pronto se le saca

partido para otros usos. "While their objective was initially to inform their fellow countrymen abroad, they quickly turned into tools of foreign policy at the service of their states". (Fielder, A and Frèrer, MS 2016, p.72) De modo que, en este contexto, inician su actividad las primeras emisoras internacionales británica y francesa.

Las radios extranjeras que se han ido implantado en África, y que han ido ganando mayor presencia en el continente africano son British Broadcasting Corporation (BBC), Radio France International (RFI), Voz de América (VOA), y Deutsche Welle (DW). Africa N°1 es una radio internacional de origen africano, considerada como emisora panafricana.

3.5.1 Proceso de implantación de la radio internacional

En las primeras décadas de existencia, estas radios internacionales se encuentran en situación de monopolio. Con la posterior aparición de las emisoras de Estado, las extranjeras comparten escenario con ellas y, por lo tanto, un lugar privilegiado hasta que se producen los primeros gestos de apertura de las ondas. En la actualidad las emisoras internacionales tienen varias formas de presencia en los países africanos. (Tudesq, 2002).

- **Onda Corta/satélite**

Una de ellas es la difusión de la señal desde sus sedes principales. Se hace tanto por la banda de Onda Corta, distribuida a través de repetidores situados en ubicaciones técnicas estratégicas del continente, como por satélite. En ambos casos, se trata de una acción desde el exterior, en la que no hay intervención de los países receptores, ya que no se precisa de licencia ni autorización de estos.

- **Colaboración con emisoras locales**

Otra vía muy común entre los operadores extranjeros es aquella por la que se establecen colaboraciones entre la matriz de la radio internacional y emisoras locales en FM. Esta opción puede abarcar diferentes fórmulas.

- Una de ellas es el alquiler de las instalaciones. La empresa matriz internacional suscribe un contrato con el operador radio local para, bajo un sistema de contraprestación económica, o bien difundir parte de su

parrilla a través de la emisora de proximidad o bien hacer uso de sus instalaciones, antenas y repetidores, para difundir sus contenidos.

- Otra de las formas de colaboración consiste en la suscripción de un convenio con la radio local por la que ésta conecta en directo en las franjas horarias de su elección con la señal de la radio internacional distribuida por satélite. En este caso no hay contraprestación económica por ninguna de las partes.
- A veces la conexión una emisora internacional es iniciativa de la radio local en la que no media ni convenio o ni autorización..

- Frecuencia Modulada

Otra de las vías de distribución de la señal es a través de la banda de FM, mediante la obtención de licencia concedida por parte del organismo regulador al operador extranjero, mediante concurso público u autorización. Por lo tanto se requiere del visto bueno de las autoridades nacionales del país receptor. Se emiten una programación completa dirigida al espacio de cobertura, bajo la marca de la Radio internacional.

El acceso de las emisoras internacionales a frecuencias en FM a comienzos de la década de los 90, con la liberalización de la radio, supone para ellas un nuevo relanzamiento en un momento en el que la audiencia estaba ya decayendo. La proximidad de las emisoras y el confort en la sintonización por parte del oyente genera entonces un gran beneficio a los operadores internacionales, en términos de volumen de oyentes. (Ly, 1993 ,127; Tudesq, 1997, p.365) En este sentido Vittin destaca las bondades de la tecnología FM para las emisoras extranjeras

La modulation de fréquence en particulier a permis aux radios internationales du moins à celles qui y recourent, d'accroître leur impact. Les auditeurs se sont de fait rapidement accoutumés au confort d'écoute de la FM qui leur a permis de s'affranchir des contraintes et contingences des ondes courtes (inestabilité du signal liée aux conditions atmosphériques, perturbations fréquentes, interférences avec d'autres stations...). (Vittin, 2002 p 97)

3.5.2 Las radios internacionales y radiodifusión autóctona

Las radios internacionales, que operan en África, compiten entre sí con el propósito de posicionarse en continente y fuera de él. Anke Fielder y M. Soleil Frère así describe esta situación "...all competing to gain audience share in Africa and other parts of the world." (2016, p.69). Pero se manifiestan como competencia, como rivales ante las emisoras locales públicas, privadas, comunitarias y confesionales. Unas y otras, todas ellas, tienen una meta común, captar la mayor audiencia posible.

La relación de las emisoras públicas con las internacionales está marcada por el recelo. Frente a las extranjeras, las radios de Estado se atribuyen el papel de preservar la identidad y los intereses de los pueblos. En este sentido, " Les médias gouvernementaux sont souvent les plus critiques à l'encontre des émissions occidentales. C'est un moyen de se présenter comme les défenseurs de l'identité culturelle face aux opposants soupçonnés de s'appuyer sur l'étranger". (Tudesq, 1997, p.364). Y, en cuanto a las radios privadas comerciales, estas coinciden con las internacionales, en su interés por cubrir especialmente los principales núcleos de población, las capitales y grandes ciudades (Vittin, 2002).

En esta batalla por la audiencia, no existe una igualdad de condiciones entre las emisoras locales y extranjeras. Estas últimas cuentan con cierta fortaleza que las demás no pueden igualar, debido a " ... la debilidad crónica de la iniciativa privada" y amenazadas por la inestabilidad política de estos países" (Checa, 2013,p. 287).

3.5.3. Función de la radio internacional

En cuanto a las funciones de la radio internacional, hay cierta coincidencia entre los autores. En general, para ellos no cabe duda de que, ha venido ejerciendo a lo largo de las décadas, y que ejerce aún hoy el papel de vector de la comunicación en general y más concretamente vector de la comunicación política. (Fielder, Frère, 2016; Hafez, 2007; Vittin, 2002; Tudesq 1997; Mytton, 1997).

Hay que señalar que la radio internacional, en función de los países, ha asistido a importantes eventos nacionales. Uno de ellos ha sido el nacimiento de

los nuevos Estados africanos en los 60 en los que han desempeñado una función importante en la consolidación de estos países e incluso de sus sistemas políticos. En este sentido, como señala Téophile Vittin, al finalizar el proceso de independencia e inaugurarse la andadura de las nuevas naciones, las emisoras internacionales asumen la función de contrapoder. Aportan la única expresión de pluralismo mediático en escenarios en los que los gobiernos muy frecuentemente han evolucionado hacia el autoritarismo y la censura. “Ceci permettait de contrebalancer le monopole étatique de l’information, de faciliter l’expression de différents opposants ou de dénoncer certaines violations de droits de l’homme.” (Vittin, 2002, p.88).

Posteriormente, en la etapa de los 90, en la que se experimenta una cierta apertura hacia la democratización, las emisoras extranjeras participan o bien legitimando el poder oficial, o promoviendo, por el contrario, la oposición, o incluso tomando partido por alguna de las posiciones en una guerra civil. En este sentido, hay que insistir en que la radio internacional sigue siendo un instrumento de “la cosa pública”. “Syndicalistes, étudiants, journalistes de la presse privée, partis d’opposition et responsables d’associations diverses recourent désormais à ces radios pour amplifier leurs positions. Les dirigeants africains eux-mêmes leur réservent la primeur de leur déclarations, multiplient les interviews sur leurs antennes” (Vittin, 2002, p.89).

A lo largo de las décadas en las que se asiste al proceso de independencia de los países africanos y a la configuración los primeros gobiernos que derivan de ella, todos los actores y agentes políticos toman conciencia de la importancia no solo del medio radiofónico, sino concretamente de las emisoras internacionales.

Como sostiene André Jean Tudesq, la sociedad y los gobiernos africanos están convencidos de la influencia de las emisiones extranjeras en su territorio “un rôle tantôt de coopération, tantôt de contournement des médias nationaux.”(Tudesq, 1997, p.356) En lo que respecta al comportamiento de los gobiernos, este no es en absoluto indiferente a las radios internacionales y se mueve entre “...deux attitudes opposées: avoir accès aux radios internationales en privilégiant de longs interviews...; à l’opposé ils se plaignent d’une

présentation des événements ou de situations différente de la version officielle” (Tudesq, 1997, pp 361-362).

Lo que ya en 1997 parecía algo incontestable para Tudesq es que

... tenant compte de l’internationalisation croissante des moyens d’information et de communication, l’influence des radios... étrangères ne peut que s’accroître. Elle rend désormais impossible le monopole d’un gouvernement sur l’information donnée à ses populations. L’influence des médias étrangers dans la vie politique intérieure des États africains tend à s’étendre avec la mondialisation accentuée de l’information. (Tudesq, 1997, p.374)

Kai Hafez distingue tres misiones de los operadores de radio internacionales en su obra *The myth of media Globalization* que los autores Fieldier y Frère resumen en un artículo. (Fieldier y Frère, 2016).

Una de ellas es la denominada “compensatory function”. Hace referencia a la contribución de estas emisoras a la diversidad de puntos de enfoque de la información. La siguiente es “dialogue function”. Hafez la denomina de este modo porque considera que los operadores internacionales pueden actuar como una plataforma para discusión internacional de cualquier tema y contribuir al diálogo entre culturas. Por último la tercera función que aporta Hafez es “the crisis intervention function”. En ella destaca la aportación de estos medios a la distribución de información independiente en las situaciones de crisis y de conflicto en los países africanos. (Hafez, 2007, p.123; Fieldier y Frère, 2016, p.70).

En línea con lo expuesto, se observa también que en ocasiones la radio internacional tiene el poder de marcar la agenda informativa. Aquello que es noticia en la esfera internacional, tanto si tiene su origen en África como fuera de ella, se convierte en información de interés para las emisoras nacionales. Pero además, su influencia informativa va más allá. Estas emisoras ejercen incluso según Vittin el papel de Agencia de noticias tanto para los Estados como para las emisoras locales. “ Lorsque les États ne peuvent plus s’abonner aux grandes agences de presse, lorsque l’impécuniosité des offices nationaux de radiodiffusion ne leur permet pas d’avoir des correspondants à l’étranger et que les journalistes

n'ont même pas de papier, le recours aux radios internationales devient inévitable" (Vittin, 2002, p. 95).

Las radios internacionales no sólo se convierten, por lo tanto, en un referente para los medios nacionales sino que lo son también, sobre todo, para quienes tienen intereses nacionales ligados a la toma de decisiones en el exterior - responsables políticos, inversores, exportadores/importadores, funcionarios, medios de comunicación ...-. El principal atractivo para ellos es la inmediatez de la información en las emisoras extranjeras ya que

les prouesses technologique et le dynamisme des ces stations [qui] permettent une instantanéité qui satisfait un désir latent d'ubiquité, d'autant plus appréciée que les événements survenus ailleurs ne seront développés que plusieurs heures voire plusieurs jours plus tard par la plupart des médias locaux. (Vittin, 2002, p.97)

Pero para los gobiernos africanos las radios internacionales no siempre resultan cómodas. Como pone de relieve André Jean Tudesq, a la vista de lo que ha sucedido en diferentes países, cuando las emisoras son concesionarias de licencia de FM se genera una situación de fragilidad del operador frente a posibles presiones de las autoridades. Un ejemplo de ello es la reacción del ejecutivo de Benín a la entrevista que RFI hace en 1995 al líder de la oposición. En este caso, "le gouvernement béninois avait rappelé que les autorisations données à RFI pour diffuser en modulation de fréquence à Cotonou pourraient être réexaminées." Otro episodio conocido es el que se produce también contra la radio francesa en Níger. "En juillet 1996, le ministre de l'Intérieur du Níger accuse de désinformation le correspondant de RFI à Niamey MOussa Koka, arrêté quelque jours avant d'être relâché, et le correspondant de la BBC à Zinder" (Tudesq, 1997, p.362-363).

3.5.4 Promotores de la radio internacional

Los operadores de radio internacional que dirigen su actividad hacia África tienen carácter público. Todas estas emisoras son iniciativa de los diferentes gobiernos.

Radio France Internationale es una filial de la radio pública francesa Radio France. Desarrolla su actividad en el marco del grupo France Médias Monde RFI⁴², que se difunde desde su sede de París, está presente en los cinco continentes. En cuanto a la BBC World Service, es el servicio de noticias internacional del grupo público de medios británicos, British Broadcasting Corporation, que se encuentra financiado por el *Grant-in-Aid from the Foreign and Commonwealth Office*⁴³. Sus estudios centrales se encuentran ubicados en Londres. Desde ahí cubre todos los continentes. En ambos casos estas emisoras destinadas al exterior son filiales de un grupo público de comunicación, Radio France o BBC.

En cuanto a las otras dos emisoras - DW y VOA-, a diferencia de las anteriores, no pertenecen a un grupo de comunicación, sino que se crean, ex profeso, para realizar la difusión de contenidos hacia otros países. En lo que se refiere a la radio internacional alemana, en el Act governing the Public Broadcasting Corporation Deutsche Welle, aprobada en 1997, esta emisora pública se define como una “...a non-profit, public broadcasting institution for foreign broadcasting”. Las centrales de DW están ubicadas en Bonn y Berlín y cuenta con una red de corresponsales que cubren 60 países.

Y por último, el caso de VOA, tiene una particularidad. Su origen en 1940 es privado, pero la situación derivada de la guerra II mundial propicia su transferencia al gobierno estadounidense. Su actividad es respaldada, años más tarde, por el Presidente Gerald Ford mediante la aprobación de la VOA Charter Public Law 94-350 en julio de 1976, que la convierte en una emisora vinculada al Estado.

Este proceso de internacionalización de las emisoras (BBC y RFI), o el lanzamiento de radios internacionales (DW, VOA) responde a estrategias en materia de política exterior de los gobiernos europeos y estadounidense. Según Fielder y Frère, no cabe duda de que “International broadcasters are defined as tools of “public diplomacy” in sense that they are entrusted by an executive or legislative authority with the responsibility for developing a program for foreign countries. (Fielder y Frère, 2016, p. 70).

⁴² <http://www.rfi.fr/contenu/entreprise> [visitado el 29 de junio de 2017])

⁴³ <http://www.bbc.co.uk/programmes/p018k4yn> [visitado el 29 de junio de 2017]

Este argumento está apoyado en la definición que Beata Ociepka realiza de diplomacia pública en su artículo "International Broadcasting: a tool of European Public Diplomacy?". La presenta "as a form of international political communication aimed at foreign publics. ... The aim of public diplomacy is to create or reinforce a positive image of the country and its society and to make the achievement of international policy goals easier by influencing public opinion to shape positive attitudes toward the country." (Ociepka, 2014, p.78).

Para ilustrar esta situación Ociepka plantea dos ejemplos, el de BBC y el de Deutsche Welle, en los que se evidencia este uso. Según la autora,

BBC is officially named a partner of British public diplomacy, next to British Council and Wilton Park. The close relationship with the FCO (Foreign Commonwealth Office) , outlined in the BBC World Broadcasting Agreement , is supported by sharing the same objectives , as defined for public diplomacy and for the BBC World Service : supporting positive image of the country and engaging with publics. (Ociepka, 2014, p.82)

En lo que se refiere a la relación de D W con la diplomacia germana, la autora recurre al Deutsche Welle Act de la que reproduce

... intended to convey the image of Germany as a cultural state in the European tradition and as a free and democratic constitutional state. (...) should provide a forum in Europe and on other continents for German (and other) points of view on important topics, primarily in the areas of politics, culture, and economics, with aim of promoting understanding and the exchange of ideas among different cultures and peoples. In so doing, Deutsche Welle shall, in particular, promote the German language. (Ociepka, p. 83)

En el caso de la emisora estadounidense, en The VOA Charter se evidencia el uso de la radio con proyección internacional como instrumento en el marco de las estrategias de política exterior de EEUU.

...2. VOA will represent America, not any single segment of American society, and will therefore present a balanced and comprehensive projection of significant American thoughts and institutions.

3. VOA will present the policies of the United States clearly and effectively, and will also present responsible discussion and opinion on these policies.

Pero además, en su propia página web, la emisora desvela abiertamente el motivo de su interés en la difusión concretamente de VOA en el Oeste de África. Reconoce que "Politically and economically, the targeted countries are vital to US interests- particularly Nigeria with its huge population of more than 170 million, vast oil and gas resources and a sizeable Muslim population".

3.5.4.1. Radio France Internationale

Al margen de su presencia en Onda corta, y satélite, RFI se difunde a través de FM en el 74% de los países del continente africano. Está ausente en Estados como Somalia, Sudán Suazilandia, Zimbabue, Malawi, Etiopía, o Botsuana. La radio internacional francesa, que dispone de 115 licencias de uso de frecuencias de FM situadas preferentemente en las capitales y principales ciudades de estos Estados, opera bajo la marca RFI en 35 países.

Las emisoras conectan con la matriz en París para difundir los contenidos en cadena en francés y desconectan de ella para ofrecer contenidos de proximidad. "La grille en français est la même, à l'exception d'un journal Afrique de l'Ouest/Afrique centrale. Ensuite, il y a des décrochages à certaines heures, pour les langues africaines, l'anglais, le portugais selon les pays." (Roger, 2017). De modo que, las emisoras elaboran en sus centros de producción los contenidos de proximidad de las franjas de desconexión local en bloques de 30 minutos destinados a su área de cobertura.

En lo que se refiere a la red de emisoras colaboradoras, la RFI las define como "une radio qui diffuse gratuitement et légalement, en direct/ou en différé, par satellite et /ou internet, les programmes de RFI en français, en swahili, en haoussa, en mandenkan, en anglais et en portugais ainsi que des compilations musicales et des fictions bilingues d'apprentissage du français".

La red de colaboradores de RFI se extiende por todo el continente africano. “...., RFI a à ce jour un réseau de 380 radios partenaires (tout type de profil : commerciales, privées, universitaires, communautaires etc.) sur le continent africain, qui reprennent en direct⁴⁴ et /ou en différé les émissions de RFI.” (Roger, 2017)

Las emisoras locales que emiten en directo la programación, reciben la señal con ayuda de una antena parabólica orientada hacia los satélites SES 5, SES 4 o Eutelsat 16A, y de un receptor de banda KU. En cuanto a la emisión en diferido, es suministrada mediante un equipamiento instalado por RFI y que se conecta a un sistema satelital denominado Ordispace. Se trata de un miniordenador que puede llegar a almacenar hasta 2500 horas de programas de audio. Los programas, que se renuevan a diario, están preparados para su difusión. Debido a las dificultades con las que se encuentran algunas emisoras y con el fin de evitar que los cortes de electricidad puedan entorpecer la distribución del material, esta se hace dos veces, en dos momentos diferentes del día.

La colaboración de RFI con las emisoras locales es gratuita, y el operador internacional se ocupa de instalar los equipos técnicos requeridos para la emisión. Los contenidos más solicitados por las emisoras y más atractivos para la audiencia, según la directora del área de colaboración son “ Les journaux Afrique matin, midi et soir, ainsi que certains magazines phares (Priorité Santé, Appels sur l’actualité, Archives d’Afrique, Le débat africain etc.) Après, tout dépend du profil des radios et donc de l’intérêt de leurs auditeurs. Les radios sont libres de reprendre ce qu’elles souhaitent.” (Roger, 2017)

La implantación de RFI es desigual en función de los países. En unos casos no sólo dispone de un elevado número de licencias de FM sino que se distribuye también mediante emisoras locales colaboradoras (Burkina Faso, Camerún, Mali,

⁴⁴ “Reprise en direct de l’émission: A l’aide d’une antenne parabolique et d’un récepteur bande KU

entre otros) , mientras que en otros sólo se difunde a través de alguna radio local (Angola, Madagascar...). (Ver ANEXO 09)

3.5.4.2. BBC

La presencia de la BBC a través de banda de Frecuencia modulada se extiende a 34 países del continente africano. Opera, por lo tanto, en más de la mitad de países, el 62%. Como ya se ha mencionado, la BBC recurre, como sucede con RFI, a las tres modalidades de difusión en África. De un lado distribuye su señal a través de la banda de onda corta y satélite. Por otro lado, dispone de licencias de frecuencias en FM. Y cuenta asimismo con una red de emisoras locales colaboradoras a través de las que distribuye su programación en directo o programas en diferido.

La BBC dispone de frecuencias en FM en 21 países del continente africano. Bajo la marca BBC, se ha implantado en las capitales de esos países y, en alguna otra ciudad. En principio, cuenta tan solo con una licencia por país, aunque llega hasta tres emisoras en Uganda, y Camerún.

En lo que se refiere a la fórmula de difusión a través de emisoras asociadas, se registra un número muy inferior respecto al de RFI. Emite a través de 173 radios locales. En 12 países (Botswana, Cap Vert, Africa central, Gambia Guinea Bissau, Liberia, Namibia, Niger, Nigeria, Somalia, Sudáfrica, Zambia y Zimbabwe) la BBC sólo tiene presencia a través de este fórmula de colaboración ya que no hay ninguna emisora que opere bajo la marca BBC.

En su estrategia de difusión a través de emisoras de proximidad, se observa, de un lado, que la BBC se distribuye también a través de cadenas de radio local como Kiss en Tanzania, que cuenta con 10 emisoras o Capital Radio en Malawi y, de otro, que en algún caso la emisión se produce en Onda Media (Nigeria). (Ver ANEXO 10)

3.5.4.3. *DEUTSCHE WELLE*

La estrategia de Deutsche Welle consiste, de un lado, en la difusión de la señal desde Bonn y Berlín por la banda de Onda Corta y por satélite (Badr 4, Eutelsat 5W, SES5, Hotbird 13B), y de otro, de la emisión a través de la colaboración de una red de emisoras locales en FM.

En lo que respecta a esta última forma de distribución de la señal, la participación de los operadores locales supone que, en la banda de FM los contenidos de DW forman parte de la programación de las cadenas de proximidad. Estas emisoras dan soporte a DW en 14 países. Lo hacen de manera bastante desigual. En Gabón sólo hay una emisora asociada a la red, mientras que en República democrática del Congo, son 42. En general son numerosas las emisoras que conectan con DW en países como Mali, Senegal, Togo o Camerún, rondando todas en torno a las 20.

La mayor parte de emisoras que acogen los contenidos de DW son de carácter educativo, comunitario, rural, confesional o han sido movidas por jóvenes. Sus contenidos están orientados generalmente hacia el desarrollo local. Así, en la red se identifican emisoras como Radio Scolaire Emergence 91.6FM de (Gabon); Radio universitaire ISDR Bukavu 102.7 FM (RDCongo); Radio Communautaire Solidarité 98.1 FM (Bénin) Radio Rurale de Menaka 100.5FM (Mali), Radio rurale FM AwAgha 99.4FM (Sénégal), Les Voix des jeunes 91.8 FM (Mali), Radio Lumière 96.7 FM (Togo), entre muchas otras.

Esto quizá se explica por los objetivos de DW, que no sólo se mueve por intereses relacionados con la diseminación del punto de vista político alemán respecto a los hechos mundiales, sino también por el afán de contribuir al desarrollo de la comunicación en países en vías de desarrollo. Para ello dispone de una unidad, denominada DW Akademie, cuya misión describen en los siguientes términos

DW Akademie is supporting traditional media, community radio stations and bloggers in 18 African countries. Our activities focus on strengthening high-quality, independent media and the sustainable development of training frameworks for media professionals. On the political level, we counsel government agencies and NGOs. Our goal is to boost media capacity, particularly

among young people, since this is a prerequisite for the emergence of a knowledge-based society on the continent⁴⁵

En este sentido, cabe también destacar que si bien las radios internacionales BBC O RFI, buscan un nicho de audiencia en las grandes capitales y ciudades africanas, por el contrario a DW le interesa distribuirse en zonas rurales, donde pueden resultar útiles para la población desde la perspectiva de su desarrollo personal y colectivo.

(Ver ANEXO 11)

3.5.4.4. VOA

La Voz de América se extiende por 21 países del continente africano. Según la zona de cobertura, la señal de VOA se difunde mediante una tecnología u otra, y en una u otra lengua.

VOA distingue 9 ámbitos de cobertura distintos. La modalidad utilizada para la difusión de su señal es mayoritariamente, la Onda Corta, satélite e Internet. En tan solo tres de las 9 zonas establecidas recurre a emisoras locales de FM afiliadas. Lo hace en la zona en la que emite en Swahili (Tanzania, Kenya, Uganda, en Kirundi y Kinyarwanda (Burundi, Rwanda), and Democratic of Congo), en somali (Somalia), en Bambara (Mali) y en francés (las capitales de los países del Africa Subsahariana). (Ver ANEXO 12)

El número de horas de programación varía también en función de la zona de emisión. Se observa bloques que se extienden en una horquilla entre las 4 horas y las 22.5 horas.

⁴⁵ <http://www.dw.com/fr/dw-%C3%A0-la-carte/partenaires/s-11566> [Visitado el 25 de junio de 2017]

3.5.4.5 Otras radios internacionales

La radio Africa nº1 es un proyecto de radio panafricana lanzado en 1981 entre el gobierno de Gabón y una empresa pública francesa, SOFIRAD. Esta emisora, que pretendía ser la radio de referencia desde África para una audiencia africana y para aquella interesada en la información sobre África, no ha sobrevivido a los problemas financieros que se han ido sucediendo, por lo que, en la actualidad, se ha reducido a una emisión de contenido africano en FM en París.

En los últimos años hay que señalar algunas iniciativas extranjeras en territorio africano. Una de ellas es la de Radio Chine Internationale que ha instalado algunos repetidores en Senegal y Niger. Esta emisora, de la que hay poca información, difunde en haoussa y swahili, en francés, inglés y chino. Por lo visto, la implantación de la radio internacional china responde a intereses de política exterior que Xulio Ríos relaciona con

garantizar el acceso a los recursos energéticos y determinadas materias primas, necesarias para asegurar el intenso ritmo de crecimiento de la economía, abrir mercados a sus productos y sus empresas; aumentar la influencia política directa y reforzar los vínculos con los países africanos para ampliar el nivel de cobertura y respaldo de sus puntos de vista o de sus funcionarios en los organismos internacionales y sus estructuras orgánicas. (Ríos, 2009, pp 202-203)

3.5.5. Contenidos y audiencia de la radio internacional

Los contenidos de las radios internacionales suelen girar principalmente en torno al eje de la información de actualidad tanto del mundo como de los países receptores, en este caso los africanos. De hecho, como señala Vittin “ les journaux parlés constituent de loin des émissions les plus écoutées, notamment ceux consacrés à l’Afrique qui sont diffusés plusieurs fois par jour.” (Vittin, 2002,p.85)

Los eventos africanos y la evolución política constituyen el principal centro de atención de boletines y de magazines. Pero la información se acerca además, tanto a través de reportajes, como de entrevistas y debates. Además de contenido de actualidad, se abarca todo tipo de ámbitos, como salud, sociedad,

historia, deporte, religión, economía, humor y cultura, a la que se da una importante cobertura. Como señala Tudesq, “Les programmes des radios internationales réservent une place de choix **aux émissions culturelles** qui font connaître les nouveaux livres, les films,...” (Tudesq, 1998, p.130).

La programación incluye también programas de materias orientadas al desarrollo local, consejos prácticos relacionados con la salud, la agricultura, y cuestiones relacionadas con la economía de las zonas rurales. En este ámbito Tudesq destaca, de un lado que “Les émissions ayant un contenu économique et social,..., apportent aussi une ouverture sur le monde extérieur en introduisant des façons différentes de se soigner ou de cultiver la terre par exemple.” (Tudesq, 1998, p.130).

Y, por otra parte, el entretenimiento, que también tiene cabida, otorga un lugar privilegiado a la música tanto autóctona como de los países de origen de estas emisoras. Hasta tal punto llega la presencia de ésta que, se atribuye a las parrillas de emisión internacional un estilo “music and news”. (Vittin, 2002). En lo que respecta a los receptores, aunque las emisiones siguen sumando nuevos perfiles a su audiencia, según Théophile Vittin,

Les auditoires restent d’une façon générale circonscrits aux couches urbaines scolarisées (élèves, étudiants fonctionnaires, cadres, professions libérales, commerçants) ainsi qu’aux autorités et notables dans les campagnes et villes moyennes (tels que les instituteurs, médecins ou fonctionnaires.). Ces auditeurs constituent des leaders d’opinion et forment une minorité influente dans la vie politique, économique et sociale des États africains. (Vittin, 2002, p. 85)

Por su parte, Anke Fieldler y M. Soleil Frère asumen una clasificación de audiencias aportada en 2007 por Peter Niepalla. Se establecen, según ellos, tres tipos de perfiles. El primero incluye a líderes de opinión, responsables dirigentes públicos, actores políticos o simplemente personas con un nivel educativo medio alto. Un segundo está formado por personas envueltas en conflictos en sus países que sólo tienen acceso a este medio internacional para estar informados de lo que sucede en su propio país. Y el último remite al grupo de aquellas personas que se encuentran expatriadas en los países matrices de las emisoras internacionales. (Niepalla, 2007, p.8 en Fieldler y Frère, 2016, p.70).

Por lo que se refiere al target que los propios medios establecen, algunos definen muy bien el perfil al que se dirigen. Es el caso de Deutsche Welle, que hace foco sobre los responsables globales, es decir, ... personas que ejercen influencia en la formación de opiniones o la tendrán en el futuro. En Estados autoritarios en los que se aboga activamente por la democracia, la defensa de la libertad y el desarrollo.

3.5.6. Uso de las lenguas en la radio internacional

Desde el principio de su implantación, uno de los efectos de la radio internacional, cuya programación procede de la metrópolis, es la expansión de la lengua de los colonos. Durante la etapa colonial también se trata de, ejercer influencia sobre la población local. Pero el problema es que la radio no llega a los africanos, por lo que en los años 50 empieza a preocupar el limitado acceso de la población autóctona a las emisiones.

Se observan dos razones de esta circunstancia. Una de ellas es la escasa presencia de receptores de radio en los hogares africanos, carentes de los recursos más básicos. En la mayoría de ocasiones ni siquiera cuentan con corriente eléctrica. Y la otra barrera de acceso es la lengua ya que un gran volumen de población no domina en ese momento las lenguas británica o francesa. La reacción no se hace esperar.

La BBC es el primer operador en adaptarse a las necesidades lingüísticas de la población (Checa, 2013). "In 1957 the BBC began broadcasts from London in Somali, Haussa and Swahili. Through these broadcasts the BBC has made a major contribution over the past forty years to communication in Africa and to the development and use of these major languages. (Mytton, 1997) RFI sigue el ejemplo, años más tarde y adopta asimismo las lenguas autóctonas en la emisión de su señal.

La introducción de los idiomas propios del territorio supone un punto de inflexión en la popularidad de las emisoras internacionales, y propicia un gran impulso que se traduce en una sustancial mejora en los niveles de audiencia (Tudesq, 2002, p.120).

Las emisiones de la radio internacional se realizan en diversas lenguas entre las que se pueden diferenciar aquellas introducidas en los países africanos durante la etapa colonial, convertidas en algunos casos en lenguas oficiales, y las autóctonas.

Entre las primeras se encuentra el francés. Es el idioma común a todas las iniciativas de radio internacional. Esto se explica por el hecho de que es la primera lengua oficial en once países del continente, y cooficial en otros nueve⁴⁶. La segunda lengua extranjera en la que difunden las emisoras internacionales es el inglés, es oficial, o una de las principales lenguas habladas en 23 países africanos. Y la tercera en importancia es el portugués, empleada en la totalidad de las radios exteriores.

Entre las lenguas autóctonas, una de ellas es el swahili, en la que todas las radios internacionales emiten parte de su programación. El haussa es hablado por una mayoría de habitantes de los países del oeste del continente, por lo que RFI, DW y VOA la utilizan en sus emisiones. Son menos frecuentes, pero también utilizadas, otras lenguas como el kinyarwanda, somali, amharic, kirundi y otras. Los operadores adaptan determinadas franjas de su programación a las lenguas propias en función de su zona de influencia.

El investigador Pierre Barrot, destaca la actitud de la Voz de América como la más comprometida en adoptar las diferentes lenguas africanas, seguida de DW. Señala también que la BBC ha reforzado sustancialmente su posición en el continente cuando se ha adaptado a las lenguas autóctonas y en este sentido, destaca el hecho de que su audiencia en swahili en el Este de África es muy superior a la audiencia en inglés. Respecto a RFI, considera que ha tardado mucho

⁴⁶ Países africanos en los que la primera lengua oficial es el francés: Bénin, Burkina Faso, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée, Mali, Niger, République démocratique du Congo, Sénégal et Togo.

Países africanos en los que el francés es lengua cooficial: Burundi, Cameroun, Centrafrique, Comores, Djibouti, Guinée équatoriale, Madagascar, Rwanda, Seychelles, Tchad.

en reaccionar y arrancar con las emisiones en haussa en 2007 y en swahili, en 2010 (Barrot, 2010).

Tabla 41: Lenguas empleadas en las radios internacionales

	LENGUAS EMPLEADAS EN LA EMISIÓN
BBC	English, French, portuguese, kinyarwanda, swahili, somali, arabic,
RFI	Français, inglés, portugués, Mandingue, haoussa (Afrique de l'ouest) Swahili (Afrique Centrale/Grands Lacs/Afrique de l'Est)
DEUTSCH E WELLE	French, haoussa, swahili, anglais, amharique, portugais.
VOA	Somali, hausa, Bambara, Kirundi, Kinyarwanda, Amharic, Afan Oromo, Tigrigna, swahili, french, portuguese, shona, Ndebele

Fuente: Elaboración propia

3.6. RADIO PARA LA PAZ

La radio de la paz surge en contraposición y para contrarrestar los efectos de la radio del odio. Vladimir Bratic y Lisa Schirch recuerdan en su estudio realizado en 2007 recuerdan la cara más cruel de los medios.

History has shown that the media can incite people toward violence. Hitler used the media to create an entire worldview of hatred for Jews, homosexuals, and other minority groups. Rwanda's radio RTLM urged listeners to pick up machetes

and take to the streets to kill what they called “the cockoraches”. Broadcasters in the Balckans polarized local communities to the point where violence became an acceptable tool for addressing grievances. The media’s impact on the escalation of conflict is more widely recognized than the media’s impact on peacebuilding. (Bratic y Schirch, 2007, p.7).

El uso de los medios para desatar el odio y generar daño es una realidad. Como señala Marie Louise Thiaw, estos se convierten en armas que

... privilégient le mensonge, la propagande et des informations orientées et à sens unique. Ils n’ont pas le souci d’une information honnête et équilibrée, mais visent plutôt l’intoxication par le lavage de cerveau..... Et quand les populations sont confrontées à des situations difficiles, elles sont encore plus fragiles et plus manipulables. (Thiaw, 2010, p.13)

El propio ex secretario de las Naciones Unidas en el prólogo de una obra titulada “The power of media” hacía esta dura afirmación:

The media can play a critical role in exacerbating war or consolidating peace. In the former, the media can incite violence by propagandising and distributing misinformation or biased information. Or by covering up the truth, media can also be complicit in hidden violence or atrocities that take place. (Howard, rolt, Van de Veen et Verhoeven, 2003, p.14).

Pero, sin duda, como defienden Widener et faye, citados por Marie Louise Thiaw que

l’irruption des médias de la haine en Afrique a pour conséquence heureuse la prise de conscience de l’urgence de promouvoir un journalisme de paix et de provoquer de multiples incitations à l’émergence d’une nouvelle pratique du métier tournée davantage vers la cohésion sociale. (Thiaw, 2010, p.15)

En este sentido, estudiosos de la relación de los medios con la prevención de conflicto y construcción de la paz, como Bratic y Schirch, conscientes de que “The media play a wide range of roles in our lives. Some of these roles are constructive

and some are destructive.”(Bratic y Schirch , 2007, p.9) descubren las potencialidades de estos frente al conflicto.

Destacan 6 bondades de los medios:

- Una de ellas se refiere a que los medios son proveedores e intérpretes de información, de modo que son capaces de aportar la información de más interés para los oyentes, responder a los problemas más inminentes y ayudar a interpretar esa realidad.
- Otra de las virtuales competencias es que pueden actuar como perros guardianes dispuestos a investigar sobre los problemas locales que pueden generar preocupación en los ciudadanos con el fin de denunciarlos y atajarlos.
- Los contenidos que ofrecen se presentan con un equilibrio entre los diferentes puntos de vista, para que sea el oyente quien conforme su propia opinión.
- Otra de las cualidades de los medios orientados hacia la prevención de conflictos y construcción de la paz, es su facultad de influir sobre los políticos, orientando sus decisiones de forma adecuada.
- Se atribuye también a los medios el papel de intermediarios. Se les otorga el rol de diplomáticos entre las partes en conflicto, con el fin de lograr el acercamiento entre las posiciones.
- En este sentido también pueden operar como promotores de la paz de forma abierta propiciando y facilitando negociaciones entre adversarios o enemigos.
- Y por último, y dentro de este planteamiento, se presentan como constructores de puentes.

Para estos autores, "The media can promote positive relationships between groups, particularly in conflicts over national, ethnic, religious identify." (Bratic, Schirch, 2007, p.9-10)

El problema que Ross Howard plantea abiertamente respecto a los medios por la paz es que llegan demasiado tarde. Actúan a posteriori. Se implantan en situaciones de post conflicto, no como instrumento de prevención.

Donors and media intervenors with an interest in media and peacebuilding initially focused on post conflict environments of countries damaged by civil wars or other intensive conflict (De Zeeuw y Kumar, 2006). And that remains the dominant mode of media development initiatives related to peacebuilding. As Marie Soleil Frere observes with reference to Africa (Frere, 2007), many of the conflicts today do not involve professionalized and institutionalized armies but a multiplicity of factions and ill-assorted militias recruited to exploit a country's resources and people. (Howard, 2009, p.8)

Lo deseable, por lo tanto, sería realizar una labor de prevención en el seno de la población en la que se generan esos conflictos, estos problemas suelen tener orígenes muy profundos, y en esos casos, actuar con tiempo a través de los medios, podría atajar o frenar el desarrollo de problemas de difícil solución si se recurre a las armas.

Entre los medios, la radio es el que goza de una situación privilegiada como instrumento para la paz. En África en las situaciones de conflicto la implantación de una radio para la reconciliación es un recurso al que han acudido tanto instituciones internacionales, como Organizaciones no gubernamentales. Entre las primeras se encuentran la ONU y la Corte Penal Internacional, y entre las ONGS, la Fondation Hirondelle y la Search for Common Ground, suiza y estadounidense, respectivamente.

3.6.1. Instituciones promotoras de radio para la paz en África

3.6.1.1.- Organización de las Naciones Unidas

En el seno del departamento de operaciones de paz de la ONU “Dans les zones de conflit, une station de radio vaut cinq bataillons”. Se valora la radio como una de las armas más poderosas para la paz. La radio es, por lo tanto, un recurso con el que cuenta la ONU en sus misiones de paz, y que viene utilizando desde los años 80 en países en los que se ha padecido un conflicto armado.

En su estrategia de paz, el objetivo que se persigue en la puesta en marcha es que “Ces stations fournissent une information équilibrée et fiable, donnent la parole aux minorités et favorisent la préservation du sentiment national.” (Essoungou, 2010) En definitiva se busca contribuir a relajar las tensiones y luchar contra la propaganda.

El uso de la radio para la paz se puede interpretar como la reacción al empleo perverso que se ha hecho de este medio para la guerra. “Dans les zones où des factions ethniques et politiques incitaient à la haine ou menaient des campagnes de propagande à la radio, les stations de l’ONU ont essayé de contrecarrer les messages de ces émissions, notamment lorsque des dirigeants extrémistes se servaient de la radio dans les années 90 pour exacerber les antagonismes ethniques et inciter au génocide, comme au Rwanda...”. (Kimani, octubre 2007).

La puesta en marcha de una emisora de radio por parte de la ONU se desarrolla en el marco de una misión de paz, resuelta por el Consejo de Seguridad. La emisora es sólo una de las acciones que se inscriben en el plan de acción de la ONU en el territorio. Generalmente estas iniciativas son financiadas por los fondos para la consolidación de la paz de las Naciones Unidas, aunque también contribuyen gobiernos de algunos países europeos como Alemania, Suiza, Suecia, Finlandia, y otros.

Por otra parte, es común la colaboración de alguna ONG en los proyectos. En los casos que se estudian a continuación, la presencia de la fundación suiza Hironnelles, es especialmente importante. Esta organización está especializada en

“Médias pour la paix et la dignité humaine”. Desde su constitución en 1995, por parte de periodistas esta institución “...met en place, soutient ou opère des médias indépendants dans les zones de crise, ainsi que dans des situations de transition ou post-conflit. Partout où ils sont mis place, ces médias suppléent au manque d’information, contribuent à la dissipation des rumeurs, et luttent contre les effets de la propagande” (Fondation Hirondelle, février 2010).

Son varias las emisoras de la ONU activadas en África.

República democrática del Congo: Radio Okapi.

En julio de 1999 la República Democrática del Congo y otros cinco Estados de la zona firmaron el Acuerdo de Alto el Fuego de Lusaka. Fruto de esta decisión, el Consejo de Seguridad aprueba la Misión de las Naciones Unidas en la República democrática del Congo (MONUC/MONUSCO) el 30 de noviembre de 1999.⁴⁷ En este marco se lanza Radio Okapi. Se trata de la emisora más emblemática de las radios lanzadas en África por la ONU, que se activa en colaboración con la Fundación Hirondelle, una ONG suiza especializada en información en zonas de crisis⁴⁸.

Radio Okapi emite por primera vez en febrero de 2002 desde los estudios de Kinshasa para el conjunto del territorio de la República Democrática del Congo. Lo hace mediante una red de emisoras distribuida, en 2010, a través de 31 emisoras de FM propias, y 28 radios locales colaboradoras que difunden parte de los programas de la emisora matriz. Además cuenta con la difusión de un programa de una hora emitido por onda corta para todo el territorio congoleño⁴⁹.

⁴⁷ Misión <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/monuc/>

⁴⁸ Ese acuerdo se firma en diciembre de 2001 mediante un Memorandum of understanding.

⁴⁹ Les projets de la Fondation Hirondelle (25/02/2010)

<http://www.radiondekeluka.org/les-projets-de-la-fondation-hirondelle.html>

Los contenidos esta emisora para la paz, elaborados en cinco lenguas - lingala, swahili, tshiluba, kikongo y francés-, se basan en:

l'alterité; le respect des différences entre cultures, le respect des particularismes, la tolérance.

La dignité de chacun, mise à mal par les situations de violence, de guerres, de crises, est l'un des biens les plus précieux de chaque être humain

L'ouverture sur le monde fait partie de l'identité d'Okapi⁵⁰.

La emisora recibe financiación no sólo de la ONU, sino también de los gobiernos británico, Sueco, belga, alemán y suizo. El personal de la radio, que asciende a 250 prsonas, son periodistas, animadores y técnicos empleados o colaboradores de naciones Unidas y la Fundación Hirondelle.

Los efectos de esta emisora han sido valorados por los observadores, que han apreciado su contribución a rebajar las tensiones y combatir la propaganda. Sin embargo esta no ha estado exenta de problemas con las autoridades locales. En diciembre de 2012, la agencia EFE informaba de la suspensión de la emisión de Radio Okapi, por parte del Consejo audiovisual congolés. El argumento de la institución local es la emisión de un discurso sobre la República en la que se faltaba al respeto a las autoridades. No era la primera vez que se producía un desencuentro entre el gobierno de RD Congo y Radio Okapi.⁵¹ Pero lo más grave, sin duda, han sido el asesinato en Sud Kivu de dos periodistas de Radio Okapi, empleados de Naciones Unidas, en junio 2007 y noviembre de 2008, Serge Maheshe (1976-2007) et Didace Namujimbo (1974-2008).⁵²

⁵⁰ Radio Okapi en [www. radiookapi.net/page/propos](http://www.radiookapi.net/page/propos)

⁵¹ EFE (02/12/2012) La RDC suspende la emisión de Radio Okapi, un medio promovido por la Onu en http://www.eldiario.es/politica/RDC-Radio-Okapi-promovido-ONU_0_75242596.html

⁵² 20 ans des médias pour s'entendre, en <http://www.hirondelle.org/images/pdf/livretvingtansFH/FondationHirondelleLivret.pdf>

República de Centroáfrica: Radio MINURCA

La misión de las naciones unidas en la República centroafricana (MINURCA) se despliega sobre el terreno en abril de 1998. El objetivo es “contribuir a mantener y mejorar la seguridad y la estabilidad en Bangui y en sus proximidades; supervisar y controlar el almacenamiento y vigilar la disposición de las armas recuperadas en las operaciones de desarme; contribuir al fortalecimiento de la capacidad de la policía nacional; y proporcionar asesoramiento y apoyo técnico para la celebración de unas elecciones legislativas.”⁵³ La misión permanece hasta febrero de 2000. Durante ese periodo se pone en marcha Radio Minurca. Esta emisora es fruto de la colaboración de las naciones unidas y de la Fundación Hirondelle. Su sede principal se sitúa en la capital del país, Bangui. Su emisión como radio de la ONU se extiende a lo largo de todo el periodo de la misión. Por lo tanto, como tal, cierra en el año 2000⁵⁴.

Sierra Leona: Radio de la UNAMSIL

La Misión de las naciones unidas en Sierra Leona (MINUSIL) es activado por el Consejo de Seguridad en octubre de 1999. El objetivo es “colaborar con el gobierno y las otras partes en la puesta en práctica del Acuerdo de Paz de Lome, así como para ayudar en la realización del plan de desarme, desmovilización y reinserción.”⁵⁵.

La Radio de la paz, ha sido un instrumento para lograr esos propósitos. Radio Unamsil, ha contribuido de forma satisfactoria para la población local en esos objetivos. En un estudio realizado por la Universidad de Yale, que consistió en la realización de una encuesta a 900 personas, preguntadas sobre la acción de la Radio Unamsil, un 94% de los

⁵³ Minurca. Misión de la ONU en Centroáfrica. en <http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/past/car.htm>

⁵⁴ <http://hirondelle.org/en/radiondekeluka-central-african-republic>

⁵⁵ Misión de la ONU en Sierra Leona. en <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/unamsil/>

entrevistados dijo que la radio había sido buena o muy buena en obtener información y ayudar a resolver los problemas de la población. Y en cuanto a ejemplos positivos de UNAMSIL, mencionan la radio.⁵⁶

Costa de Marfil: Radio ONUCI

La Operación de las Naciones Unidas en Costa de Marfil se dicta por resolución del Consejo de Seguridad en abril de 2004. En agosto de ese año se pone en marcha ONUCI Fm, la emisora para la paz implantada por la ONU. El objetivo por el que se activa es “chercher la paix à Yamoussoukro, capitale politique et administrative ivoirienne, et de consolider les acquis de l’Opération de l’ONU en Côte d’Ivoire”⁵⁷. Se ha convertido en la tercera cadena más popular de Costa de Marfil. Su emisión se realiza en francés y otras cinco lenguas locales.

Sudán del Sur: Radio Miraya

El Consejo de Seguridad resuelve la creación de UNMISS en 1996, con sucesivas renovaciones posteriores. La misión de las Naciones Unidas para Sudán del Sur se promueve con el objetivo de “... to support the Government in peace consolidation and thereby fostering longer-term state building and economic development; assist the Government in exercising its responsibilities for conflict prevention, mitigation, and resolution and protect civilians; and help the authorities in developing capacity to provide security, establishing the rule of law, and strengthening the security and justice sectors in the country.”⁵⁸ La misión, que incluye el desplazamiento de militares y personal civil sobre el terreno, contempla también la puesta en marcha de una radio para la paz.

⁵⁶ Encuesta de la UNAMSIL entre la opinión pública. en <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/unamsil/factsheet5.html>

⁵⁷ Onuci Fm devendrá “la radio de la paix” en mars. en <http://www.radiookapi.net/2017/02/27/actualite/en-bref/onuci-fm-deviendra-la-radio-de-la-paix-en-mars>

⁵⁸ UNMISS en <https://unmiss.unmissions.org/>

Radio Miraya es una emisora que se activa con el apoyo de la Fundación Hironnelle. Su nombre, que significa espejo en árabe, se elige con el ánimo de que este medio sirva para reflejar la realidad del Norte y el Sur de Sudán, después del acuerdo de paz firmado en enero de 2005. Emite desde Khartoum (capital de Sudán del Sur) y Juba, hacia el norte y el sur respectivamente. Además de disponer de 15 emisores en FM, difunde su señal en onda corta durante 6 horas al día a todo el territorio, así como a través del satélite NileSat. Es la emisora de referencia en 2008 para el 80% de los sudaneses. En cuanto a la financiación con la que cuenta, además de los fondos de la ONU, este procede de diferentes gobiernos europeos, Alemania, Suecia y Suiza.⁵⁹

El periodo de actividad de las emisoras de la ONU está vinculado al logro de la estabilización del territorio y la consolidación de un ambiente de paz y concordia. De modo que estas radios nacen con una caducidad. Así lo explica, Susan Manuel, jefe de la sección de Paz y Seguridad del Departamento de Información de la ONU para quien “les stations de radio de l’ONU sont transitoires par définition. Elles n’ont pas été conçues à l’origine pour fonctionner après la fin des missions de maintien de la paix, mais le succès qu’elles ont connu au fil des années a fait comprendre que cette fermeture était injustifiée”. (Essoungou, 2010). Sin embargo, son muchas las voces que reclaman la continuidad de estas acciones, ya que, como sostiene Essoungou, su desaparición puede provocar un vacío en el paisaje mediático que puede comprometer los esfuerzos realizados en la misión de paz, sobre todo, habida cuenta de que estas emisoras se convierten en un referente de información y apoyo para la frágil población del territorio en el que opera.

En este sentido, cabe comentar el devenir de alguna de las emisoras citadas anteriormente. En Sierra Leona se produce la situación más apropiada para una radio de esta naturaleza. La emisora de la ONU se convierte en una radio de servicio público independiente. Ha sido una apuesta del Presidente de la

⁵⁹ Les projets de la Fondation Hironnelle (février 2010)
<http://www.radiondekeluka.org/les-projets-de-la-fondation-hironnelle.html>

República que ha asumido la emisora nombrando un Consejo de Administración en el que se expresa la voluntad de integración, ya que está formado por representantes tanto del Estado como de la oposición política, y la sociedad civil. En este sentido, “L’objectif est de préserver l’indépendance éditoriale de la station et sa capacité de fournir au public une information équilibrée et fiable”. (Essoungou, 2010).

La Radio Ndekeluka es la emisora en la que se convirtió la radio de la ONU en Centroáfrica. La fundación Hironnelle ha sido la que lo ha hecho posible. Se difunde a través de 5 emisoras en FM, con la colaboración de 6 emisoras de radio colaboradoras y en Onda corta para todo el país. En su andadura “It contributes to resolving everyday problems and is sometimes vital to the population, in a country confronted by repetitive crises and governance issue.” Entre sus objetivos se encuentra aquel por el que fue creada en su momento por la ONU, “allow every listeners to understand the challenges of reconstructing the country during the democratization process and in the post-conflict context, through programs on the role of renewed democratic institutions and political representatives”.⁶⁰

En lo que se refiere a la emisora de Costa de Marfil, en vistas de la finalización de la Operación de las Naciones Unidas en Costa de Marfil para mediados de 2017, en marzo de 2016, Ban Ki Moon, secretario de las Naciones Unidas, lanza la idea de convertir l’ONUCI Fm en Radio de la Paix. Esta propuesta se estudia con el ánimo de mantener vivo el espíritu de reconciliación en este país. De modo que la misión de la Radio de la Paix, en línea con la emisora de la que procede, ONUCI Fm, es “promouvoir la cohésion sociale, la réconciliation, le genre et les droits de l’homme au service de la paix en Côte d’Ivoire”.

⁶⁰ Radio Ndeke Luka. Central African Republic. En <http://hironnelle.org/en/radiodekeluka-central-african-republic>

3.6.1.2. *Corte Penal Internacional*

La Radio Interactive pour la Justice es un proyecto que inicia su andadura en 2004 y que tiene como misión establecer el diálogo entre "... d'une part, les habitants des régions dans lesquelles la Cour Pénale internationale instruit des crimes les plus graves (génocides, crimes contre l'humanité et crime de guerre), et de l'autre part, les autorités nationales et internationales chargées de leur rendre justice. "La estrategia consiste en que la producción de contenidos se realiza para su difusión a través de emisoras colaboradoras.

El planteamiento sobre el que se basa el proyecto es que las personas necesitan comprender para implicarse en los procesos en los que se busca hacer justicia. República Democrática del Congo y República Centroafricana son dos de los escenarios de Radio Interactive pour la Justice en África. En RDC hay varias ciudades y pueblos que han sido especialmente castigados por la violencia. Se emiten los programas de IRfjen " Bunia, Ituri, et du NOrd-Kivu à Goma la capitale régionale, mais aussi Kasugho, un village isolé dans une région montagneuse au nord de Goma." En el caso de la República Centrafricana, se hace a través de 4 radios locales colaboradoras, pero, además, se distribuye la programación en soporte CD para su difusión en otras siete emisoras.

Los temas en torno a los que giran los contenidos planteados por los propios oyentes, y sobre los que se intenta dar luz son "... des questions d'une rare intensité -massacres, déplacement de la population, viols pillages et extrême pauvreté constituant des sujets de conversation quotidienne dans les communautés où IRFJ est présente".⁶¹

⁶¹ SLNG interviewe Wanda E. Hall de Radio Interactive pour la justice. en <https://www.un-ngls.org/index.php/francais/2011/1684-slng-interviewe-wanda-e-hall-de-radio-interactive-pour-la-justice>

3.6.2.- Organizaciones no gubernamentales promotoras de radio para la paz

3.6.2.1. *Fundación Hironnelle*

De nuevo la Fundación Hironnelle interviene como apoyo y facilitadora del desarrollo de varias emisoras de la ONU. Esta ONG también asume proyectos propios orientados a contribuir a restablecimiento de la paz. Es el caso de la emisora Sierra leonesa, Cotton Tree News, lanzada en 2007. Esta radio es fruto de la colaboración entre la Universidad de Sierra Leona y la Fundación Hironnelle. Se trata del único ejemplo de emisora para la paz en la que cooperan una ONG y un centro de estudios universitarios. Su programación se difunde por satélite y por onda corta para todo el país, y a través 18 frecuencias propias y 10 emisoras comunitarias.

Liberia es otro de los países en los que la Fundación Hironnelle está presente como promotora de una radio destinada a contribuir a la “reconstruction de la citoyenneté dans un pays sorti ravagé de la guerre civile”, Star Radio. La emisora, creada en 1997, estuvo cerrada durante 3 años por orden del dictador Charles Taylor. En 2005, se reactiva y en 2008 la ONG decide transferirla a un equipo local. Desde entonces Star Radio es gestionada por profesionales de Liberia, aunque sigue recibiendo apoyo económico de la Fundación.

3.6.2.2.- *Search For Common Ground*

SFCG es una organización no gubernamental establecida en Estados Unidos. Su principal misión es “... [to] help societies in conflict to find non-violent solutions to divisive problems. The organization’s long term objective is to transform the way the world deals with conflict- away from adversarial approaches and instead toward cooperative solutions.”⁶²

En 2003 esta ONG decide utilizar la radio como vía para ejecutar sus propósitos y lanza el proyecto Radio for Peacebuilding Africa. Cuatro años más

⁶² Universal Management group (2013) Final Evaluation Radio for peacebuilding Africa. en <https://www.sfcg.org/programmes/rfpa/pdf/rfpafinalreport.pdf>

tarde estaba actuando sobre 8 países: Angola, Burundi, Costa de Marfil, República democrática del Congo, Guinea, Liberia, Rwanda y Sierra Leona, todos ellos escenarios de conflictos armados de gran crudeza.

A través de la elaboración de contenidos radiofónicos SFCG persigue, de un lado “to reinforce the skills and motivation of governments authorities to effectively communicate on key policies to both the media and their constituent “ y por otro lado “ to promote the production of and access to programmes that engage media and civil societies around conflict and peacebuilding issues”⁶³.

Sus contenidos, por lo tanto, giran en torno al desarmamento y la reconciliación y se apoya en las radios locales para distribuirlos. En Liberia, por ejemplo, difunde a través de 22 emisoras colaboradoras en Moravia, la capital, y varias regionales rurales. Esa es la estrategia seguida en el resto de Estados en los que opera.

3.7. AGENTES PRIVADOS DEL SISTEMA RADIOFÓNICO

La intervención internacional en África en el despliegue de la radio es de una gran relevancia. El apoyo y ayuda del exterior procedente de diferentes países y bajo formas muy diversas – instituciones, organizaciones no gubernamentales, fundaciones, ...- ha sido hasta la fecha y sigue siéndolo de gran relevancia en el despliegue y consolidación de la radio en África.

3.7.1. Instituciones internacionales.

Un amplio abanico de instituciones internacionales de diferente índole están interviniendo de forma activa tanto a través de la radio, como en apoyo a este medio en África impulsando la creación de emisoras comunitarias, ya que es esta la modalidad de entidad radiofónica a través de la actúan estas organizaciones.

⁶³ Radio for peacebuildings Africa www.sfcg.org

3.7.1.1. *Agencias donantes. Organizaciones ajenas al ámbito de la comunicación*

Son numerosas las organizaciones que prestan ayuda a África. En este apartado se realiza una revisión de esos agentes externos. Se han organizado en dos grupos, aquellos actores que son ajenos al ámbito de la comunicación, y los que están vinculados al desarrollo de los medios. Todas ellas tienen en común el hecho de que “...see community radio as a conduit for messages aimed at educating on life skills, fostering behaviour change, empowering the grassroots and helping eradicate poverty” (Costa, 2012, p.135)

A.- Organizaciones ajenas al ámbito de la comunicación.

La mayor parte de agentes que apoyan el desarrollo de la radio comunitaria en distintos países africanos no tienen en principio ninguna relación con el área de la comunicación. Se observa que entre éstos hay una amplia variedad de tipos de entidades que colaboran con las emisoras asociativas. Están las que se encuentran en el marco de la Organización de las Naciones Unidas, las Organizaciones no Gubernamentales, las Agencias de Cooperación Internacional, las Fundaciones e Institutos de investigación.

1.- Organización de las Naciones Unidas. (ONU)

La Organización de las Naciones Unidas a través de sus diferentes organismos tiene una importante presencia en el sector de la radio comunitaria en el continente africano en formato de programas, fondos, o agencias especializadas. Con la excepción de la UNESCO, el resto de órganos de la ONU no tiene en principio vinculación con la comunicación e información. A pesar de esto, las entidades que intervienen en diferentes países africanos cooperan con las emisoras locales asociativas, generalmente mediante apoyo económico. Este comportamiento puede explicarse por la importancia que un medio comunitario puede tener en el seno de la población como vía para llegar a ella.

Una emisora asociativa se convierte así en un aliado sobre el terreno para lograr los propósitos de estas organizaciones, que si bien coinciden en tener como objetivo la ayuda a una población desfavorecida, sus acciones tienen diferentes orientaciones: la promoción de los derechos de la infancia (UNICEF); la

seguridad alimentaria (FAO); el desarrollo sostenible y la protección del medioambiente (ACMAD); la protección de la salud (PNUAP); la mejora de la calidad de vida de la población en general (PNUD), y de la mujer (UNIFEM; UN) en particular, o la asignación de financiación para el desarrollo de proyectos de interés económico y social (BN, FIDA). (Ver ANEXO 13)

2.- Organizaciones No Gubernamentales

La implicación de ONGs de diferentes procedencias y líneas de actuación en el despliegue y desarrollo de las emisoras comunitarias es muy importante en África. La mayoría de estas organizaciones suele operar en diferentes regiones internacionales, aunque como se observa, alguna de ellas está consagrada a África, e incluso otra cubre sólo Senegal.

Todas estas organizaciones tienen un objetivo común, el apoyo al desarrollo de la población que se encuentra en situación crítica, y todas entienden que una forma de poder lograr sus propósitos es a través de la radio, como medio de comunicación por excelencia entre las poblaciones más desfavorecidas. De manera que estas entidades se encuentran entre las que deciden apoyar el desarrollo de emisoras asociativas y comunitarias como vía indirecta para cumplir sus objetivos. Unos son la lucha contra la pobreza (OXFAM o Acción contra el hambre), otros consisten en desarrollar acciones para dar acceso a la población a agua potable (Water aid), acercar el conocimiento y técnicas de producción agrícola; apoyar al desarrollo económico (Usaid, Enda), promover el desarrollo social de la población (SNV, Terra Nova); o promocionar la educación (GAO Cooperation internationale). (Ver ANEXO 14)

3. Instituciones gubernamentales internacionales

Las Agencias de Cooperación Internacional son otros de los agentes que suelen también apoyar sobre el terreno la actividad de las emisoras comunitarias con el fin de actuar a través de estas, sobre la población. Entre las entidades que reaccionan de este modo, se han localizado las agencias de Canadá, Suiza, Suecia, Alemania u Holanda. Su principal misión es distribuir los fondos públicos destinados por su Estado a la cooperación internacional y luchar así contra la

pobreza de la población en situación de necesidad extrema. En lo que se refiere a Francia, su cooperación se limita a los países francófonos y, aunque su objetivo es contribuir a mejorar el nivel de vida de la población en situación de marginación, encierra otro interés, el de consolidar la lengua francesa en todos los países en los que interviene. (Ver ANEXO 15)

4.- Fundaciones privadas

La ayuda llega a África también a través de fundaciones privadas, que se acercan a las radios comunitarias para contribuir a su puesta en marcha o a su mantenimiento, y con ello apoyar una herramienta que sirve para canalizar la información necesaria para alcanzar su meta. Pero la propia supervivencia de la radio puede ser la misión para alguna de estas fundaciones como la alemana Konrand- Adenauer-Stiftung. Entre las entidades identificadas por su interés en el apoyo a alguna emisora comunitaria, destacan las que tienen su origen en un personaje reconocido, a un filántropo. Es el caso de la Fundación del Rey Balduino, que gira en torno a la figura del rey belga, al empresario, Henry Ford, o el Padre Théodor Soume. Pero las hay también, como sucede con la Fundación Konrand-Adenauer-Stiftung, que nacen de otros ámbitos, por ejemplo el seno de un partido político. (Ver ANEXO 16)

5.- Institutos de investigación

Otra modalidad de agentes que cooperan con emisoras comunitarias es la que corresponde a los centros de estudios o Institutos. Es el caso del Institut de Recherche pour le Développement, auspiciado por la Unión Europea. Esta entidad tiene como misión el estudio del cambio climático, y su repercusión en las enfermedades y la pobreza. Dentro de su estrategia, contempla la necesidad de dar soporte a una herramienta como la radio asociativa.

3.7.1.2. Organizaciones donantes vinculadas al ámbito de la comunicación

1. Instituciones relacionadas con la comunicación.

Las entidades que tienen como misión principal el apoyo y el desarrollo de la comunicación en los países en vías de desarrollo, se presentan bajo diferentes formas. La más activa de estas organizaciones es Panos. Se trata de una de las

instituciones con mayor presencia en el continente. Panos es “a worldwide network of institutes established in 1986 to respond to international development challenges by using communication and the media.” Esta red está integrada por institutos autónomos. Aunque se encuentra en Asia y en el Caribe, se ha desarrollado especialmente en África donde cuenta con 4 sedes, desde las que se abarca una amplia zona del continente.

El primer instituto en establecerse ha sido Panos South Africa, en 1996. Cuatro años más tarde, se lanza Panos Afrique de l’Oeste, en 2000. Le sigue Panos Afrique australe en 2005, Panos Afrique de l’Este en 2006, y más recientemente, en 2014, Panos Grands Lacs.

Las fuentes de financiación de estos institutos son muy variadas en cuanto a su procedencia y forma. Cuenta con ayuda de fundaciones, como la de Bill and Mellinda Gates, la de Bernard Van Leer o la OAK, Agencias de cooperación internacionales de EEUU, Suecia, UE, entre otros. También disponen de fondos cedidos por Organizaciones no gubernamentales como: Oxfam-Novib) o Free Voice. Y participan asimismo de programas como el PNUD.

Su ámbito de actuación es muy extenso. Panos South Africa opera desde SurÁfrica y Mozambique en varios países de la zona, con un objetivo de, “... to ensure that information is effectively used to foster development by empowering communities to shape their own agenda. We particularly focus on amplifying the voices of the poor and marginalized”⁶⁴. El Institut Panos de l’Ouest irradia su acción desde Dakar en Senegal, bajo el lema “Bâtir un espace démocratique de communication en Afrique pour le changement et la justice sociale”⁶⁵. En el Este, l’Institut Panos trabajo con la consigna “Quality information is a right and tool for development”⁶⁶ Y en África central, el Institut Panos Grands Lacs está situado en Bujumbura, Burundi, desde donde trabajan con la misión de favorecer el pluralismo de los medios, el acceso a una información independiente,

⁶⁴ <http://www.panos.org.zm> [visitado el 25 de junio de 2017]

⁶⁵ <http://www.panos-ao.org> [visitado el 25 de junio de 2017]

⁶⁶ <http://www.panos-ao.org> [visitado el 25 de junio de 2017]

diversificada y responsable⁶⁷. El apoyo de este instituto a África se materializa en forma de estudios e investigaciones, así como talleres de formación tanto a profesionales como a ciudadanos de diferentes colectivos

Además de Panos, hay otras instituciones. Todas tienen en común el objetivo de impulsar el desarrollo de los medios. Sin embargo su misión difiere ligeramente. Las hay que trabajan para concienciar a la población y autoridades de la necesidad de alcanzar la justicia social y construir la paz a través de los medios de comunicación. En estos objetivos coinciden entidades como la World Association for Christian Communication (WACC), que lo hace en clave confesional, o la Fundación Suiza Hironnelle, integrada por periodistas y profesionales de acción humanitaria. En esta línea de actuación también se encuentra la Open Society Initiative for Southern Africa (OSISA), una asociación con sede en Sudáfrica, que trabaja para reforzar los mecanismos de consolidación de la democracia en los países en los que ésta aún es frágil. (Ver ANEXO 17).

Todas ellas son importantes fuentes de información para los investigadores de la comunicación en África. Son instituciones de reconocido prestigio y fiabilidad entre los académicos. Muchos de las personas que los integran proceden del ámbito universitario.

2. Organizaciones de promoción de la radio comunitaria

AMARC es la entidad en África cuyo objetivo es promover apoyar el despliegue de la radio comunitaria en el continente a través de su sección para África. Se trata de una organización no gubernamental de ámbito internacional, presente en todos los continentes, y cuya misión es “apoyar y contribuir al desarrollo de la radio comunitaria y participativa de acuerdo con los principios de solidaridad y la cooperación internacional” (AMARC)⁶⁸.

Esta entidad, que dispone cuenta en África con el apoyo de diferentes instituciones que actúan como partners. Entre otras organizaciones se encuentran las agencias especializadas de la ONU, Food and Agriculture Organisation (FAO)

⁶⁷<http://www.panosgl.org> [visitado el 25 de junio de 2017]

⁶⁸ www.amarc.org [visitado el 25 de junio de 2017]

y Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). También están presentes la ONG Unicef y la red internacional Ifex, en defensa y promoción de la libertad de expresión, entre otros.

Son frecuentes las acciones en las que participan estas organizaciones. Es el caso de la campaña lanzada en cooperación con la FAO era sensibilizar a la población respecto al papel clave que juegan tanto la agricultura familiar como los medios comunitarios para erradicar el hambre. “L’objectif principal de la campagne était d’utiliser la radio communautaire comme plateforme pour partager des informations avec la communauté agricole et de l’impliquer davantage dans la discussion sur le rôle que joue l’agriculture familiale dans le développement économique et social”(Gabinete de Prensa AMARC (2014) “Les radios communautaires racontent l’agriculture familiale: écoutez et partagez”⁶⁹ . AMARC ha dado lugar a otras organizaciones africanas que siguen su misma misión. Se trata, por ejemplo, del Institut des Médias et la Société (IMMS), implantado en Nigeria, y la “Association pour le Développement Communautaire par la Communication” (ADECCO), con sede en Ruanda. Se ocupan en sus respectivos territorios de promocionar este tipo de medio y apoyar las iniciativas sobre el terreno mediante la formación, el asesoramiento técnico, entre otros. En el caso de ADECCO, este ha sido incluso el promotor de “Radio Izuba”, la primera radio comunitaria en Ruanda. (Ver ANEXO 18). Las tres organizaciones siguientes tienen la orientación de las anteriores, pero están centradas especialmente en la radio comunitaria en el ámbito rural. Todas ellas están implantadas exclusivamente en territorio africano.

La primera es Centre Interafricain d'Etudes en Radio Rurale de Ouagadougou (CIERRO). Su actividad es fruto de la colaboración de la República federal alemana, la Union des Radiodiffusions et télévisions nationales d’Afrique. El objetivo es desarrollar estudios y organizar e impartir formación a profesionales, así como a la población para el desarrollo de proyectos de radio en el medio rural.

⁶⁹ <http://www.amarc.org/?q=fr/node/2053>.

Otra entidad es la ONG, Farm Radio International, implantada en Burkina Faso, Etiopía, Ghana, Kenya, Malawi, Mali, Mozambique, Niger, Tanzania y Uganda. Su misión es hacer llegar programas de radio de contenido de interés para el colectivo de agricultores y ganaderos para su difusión a través de emisoras comerciales y públicas, o comunitarias. En el marco de esta tarea, presta apoyo también a las emisoras comunitarias para que cumplan su misión como canales de información y altavoces de la población rural.

La Uganda Rural Development and training trust, es otra de estas instituciones. Se ocupa de la formación en el ámbito de la población en el área de la agricultura. Pero dada la importancia de la comunicación, también ha activado dentro de su oferta formativa una línea en torno a la elaboración de contenidos destinados a los ciudadanos y trabajadores del sector de la producción agrícola y ganadera. Como entidad académica es también promotora de emisoras comunitarias rurales. (Ver ANEXO 18)

Por último, cabe mencionar a la agencia Inter Press Service es otro de los actores que intervienen en apoyo de la radio comunitaria facilitando su puesta en marcha o continuidad. Se trata de una agencia de información, constituida como una Organización no gubernamental, integrada por periodistas. Tiene un enfoque muy particular de la información, ya que su objetivo es dar visibilidad a quienes carecen de ella. “Dar voz a quienes no tienen voz” – actuar como un canal de comunicación que privilegie las voces e intereses de los más pobres, genere un clima de entendimiento, responsabilidad y participación en torno al desarrollo y promueva un nuevo orden internacional de la información entre el Sur y el Norte.”

Su forma de cooperar con las radios comunitarias es la formación. Su contribución consiste en “ dotar de conocimientos y herramientas a periodistas, organizaciones de medios de comunicación y la propia sociedad civil para que estén mejor preparados para cumplir con eficacia su tarea de comunicación, aprovechando el singular perfil de IPS como agencia de noticias enfocada en el Sur y ofreciendo una modalidad diferente de capacitación y apoyo post capacitación.” (Ver ANEXO 19)

3.7.1.3. *Clubs d'écoute communautaire y centros multimedia comunitarios*

- Clubs d'écoute (FAO)

En el marco del programa de FAO “Stratégie d'action de la FAO sur le rôle de l'information pour l'égalité des chances et la sécurité alimentaire, en 2006 esta agencia crea el Club d'écoute communautaire en Sud-Kivu, en y Kantanga en la República democrática del Congo y tres años más tarde en Níger.

La FAO define estos clubs como “...des espaces stimulant la mobilisation, le dialogue, le partage d'expériences, la collaboration et surtout l'action entre acteurs et actrices de développement. Le média privilégié pour diffuser des informations et faciliter la communication est la radio communautaire rurale”... (FAO, 2011)

Es un escenario en el que participan hombres y mujeres que desean, de un lado debatir los contenidos difundidos previamente por radio, y de otro, poner en práctica la enseñanza que les proporciona este medio. El objetivo último de la FAO es luchar contra el hambre y la malnutrición, y su forma de alcanzar la población que puede ayudarse a sí misma a partir de la información y conocimientos que se les puede ofrecer, es la radio comunitaria.

La intervención de las radios comunitarias es esencial para alcanzar los propósitos de la FAO. De hecho todo el proyecto gira en torno a la radio, que tiene un papel central. Para poder apreciar el alcance de estas iniciativas a continuación se ofrece de forma sistematizada los principales datos en torno a las acciones de Níger, Sudkivu y Katanga. Estas acciones, financiadas por Ongs y fundaciones internacionales así como agencias de las naciones unidas, cuentan también con colaboradores sobre el terreno. Se trata, o bien de centros de alfabetización, centros de las mujeres, u cualquier otra organización que operan en esos territorios. Estos agentes suelen aportar los espacios donde desarrollar las actividades de escucha y posterior debate. En cuanto a la distribución de los

clubs, se observa que en unos casos un club puede cubrir más de una aldea, y en otros casos, hay pueblos que cuentan con más de un club de escucha.

Como ya se ha advertido, los clubs giran en torno a la acción de la radio. En Níger se han implicado 9 radios comunitarias, mientras que en Sud-Kivu, 5 y en Katanga, 4. Dado que las poblaciones en las que se desarrollan las actividades se encuentran en zonas muy alejadas de los núcleos urbanos, en espacios muy complejos en su topografía, y por lo tanto en zonas que no están dotadas de instalaciones para el suministro de electricidad, las organizaciones han hecho entrega de equipos de radio receptores solares y de manivela así como teléfonos móviles. (Ver ANEXO 20)

El impacto evaluado por la FAO ha sido altamente positivo en la medida en la que se producen cambios directos sobre las prácticas agrícolas. Los clubs “favorisent l’échange des savoirs, des connaissances et des façons de faire; ils stimulent la réflexion - et donc le changement, - en impliquant tous les acteurs, et actrices de la communauté sur les questions ayant trait à l’accès à la terre, aux pratiques culturelles, aux solutions pour répondre aux difficultés” (FAO, 2011, p.12).

- Centros multimedia comunitarios (UNESCO)

Otra de las acciones en las que también se ven implicadas las radios comunitarias son los Centros multimedia comunitarios. Se trata de un programa lanzado por la UNESCO en 2001 como resultado de un seminario que tuvo lugar en Sri Lanka. Un centro multimedia comunitario es una plataforma integrada por una emisora comunitaria y un telecentro de acceso a Internet. En Africa se han activado 70 unidades de estas características en Mali, Mozambique y Senegal, donde se han instalado 40 de ellos.

Los centros multimedia comunitarios pertenecen a las comunidades y son gestionados por ellas. La UNESCO con ayuda de la Agencia de cooperación Suiza de equipamiento técnico, las dota de emisor de 100 o 250 W, entre 4 y 5

ordenadores, acceso a Internet, una impresora y fotocopidora y un equipo de fotografía digital.

Además se ocupa de formar a los voluntarios que participan en ellas. Se les entrena para que sean capaces de crear y difundir contenidos con información de interés, mensajes útiles para la población, consejos para luchar contra la malnutrición, enfermedades sexuales, violencia, etc... Por su parte, las autoridades locales suelen apoyar este tipo de proyectos que se orientan en beneficio de la comunidad, y participan incluso con la cesión de espacios, locales, donde se instala el centro. Corresponde al CMC el buscar los medios para financiarse a partir de su puesta en marcha. Buscan fondos a través de actividades como la creación de cybercafés, anuncios, restaurantes comunitarios... etc... De manera que en general "ce type de CMC fonctionne comme une coopérative, générant un revenu et cherchant à assurer une durabilité financière en trouvant un équilibre entre les activités à but lucratif et non lucratif." (UNESCO, 2004)

3.7.1.4. Formas de ayuda de las instituciones

Aunque ya se ha podido reconocer alguna de las formas de apoyo de estas instituciones, se pueden señalar alguna de ellas.

La primera es la económica. Parece esencial el respaldo de estas instituciones a muchos de los proyectos de radio comunitaria. Según algunos expertos, "très peu de radios communautaires ont pu se mettre en place par une initiative locale sans apport extérieur" (Kadji Djagueu, p.13). La cooperación de estas organizaciones cubre las principales necesidades. "ONG assure le paiement des salaires du personnel, les primes, le règlement des factures d'électricité et de téléphone, bref toute les charges relatives au fonctionnement de la radio" (Dieng, 2013, p.63).

Esta circunstancia genera una situación en la que se pone de relieve que "Elles doivent dépendre du monde extérieur. Quand il n'y a pas de financements extérieurs certaines radios communautaires ont du mal à opérer ou ferment leurs postes. (Ayanone, 2008, p.51). Pero la ayuda también se articula mediante otro tipo de aportaciones: locales, equipamiento técnico, personal, edificios, contenidos, promoción y receptores.

Esa ayuda es básica ya que como observan a

- La cesión o la construcción del edificio que alberga los estudios de radio, suele ser una de las vías de contribución de estas agencias. En ocasiones se involucran en la financiación de la edificación de un local, y en otras se limitan a gestionar y pagar un local apropiado para el desarrollo de la radio comunitaria.
- Entorno al eje equipamiento, la ayuda puede focalizarse tanto en la provisión de equipos técnicos de alta frecuencia (emisión) como en la de equipamiento de baja frecuencia (producción) o, simplemente, el apoyo para cubrir el mantenimiento de los equipos.
- En lo que se refiere al personal, en unos casos, el respaldo adopta la forma de instrucción técnica a profesionales o voluntarios, así como formación en redacción y producción y animación de programas. En alguna ocasión, la entidad se hace cargo de cubrir los sueldos de los empleados de la emisora.
- El suministro de contenidos ya preparados para su difusión es otro de los modos de ayuda. En otros casos, personas especializadas, ayudan a la organización de la producción de los programas.
- Por último, otra forma de apoyo de estas agencias es a través del suministro y distribución de forma gratuita de equipos receptores de radio. En algunas zonas en las que no hay suministro de electricidad, se hace preciso recurrir a equipos solares y a manivela.⁷⁰

3.7.2. El sector publicitario

África está generando en los últimos años ciertas expectativas en el sector publicitario local y global. El continente presenta una situación seductora en la

⁷⁰ Uno de los modelos de aparatos de estas características se llama Lifeline y está diseñado para proyectos humanitarios en África. “La Freeplay foundation la ha desarrollado robusta, eficaz y energéticamente autónoma. Cuenta con un pequeño módulo fotovoltaico que recarga su batería, además de una manivela y bobina para carga manual”: <http://solarfotovoltaica.blogspot.com.es/2006/08/radios-solares-accin-en-frica.html>

medida en la que la población no sólo es joven, sino que está en constante crecimiento. Pero, además, otro de sus grandes atractivos es la aparición de una clase media africana de 300 millones de personas, que está despertando al consumo. En este sentido, resulta muy ilustrativo el estudio realizado por McKinsey & Company en 2012 (Hattingh, 2012) en el que se asegura que "Several factors are shaping this new consuming class. Africa's population, the fastest growing and youngest in the world, is concentrated in urban areas. This new class of consumer has a smaller family, is better educated and higher earning, and is digitally savvy. Africans are exceptionally optimistic about their economic future: 84 percent say they will be better off in two years." Más recientemente, la consultora Boston Consulting, en mayo de 2016, considera que aunque "...il est vrai que l'Afrique manque d'infrastructures, de structures de distribution et de réseaux publicitaires, ... le continent possède un atout économique que les économies dites « matures » n'ont plus : des consommateurs « optimistes qui ont envie de dépenser »" (Foron, V, 2016).

Agencias publicitarias como Ogilvy & Mather, consideraban ya en 2011 que el mercado estaba en un momento ideal. El CEO de la empresa, Miles Young, afirmaba en esta línea que "Now is the time to invest, ahead of the curve, just as we have done in other developing geographies. Africa's growing middle class, its increasing political stability, its fast economic growth and its attractive talent base make it a critical component of any truly global business strategy." (Maritz, 2011).

En 2015 el Director General de Largardère Active Radio Internationale (LARI) se jactaba de que dado el crecimiento de la clase media en el conjunto del continente y su concentración en los núcleos urbanos, "...la radio est idéalement positionnée pour en bénéficier,... Les villes, qui s'agrandissent, sont synonymes de bassins d'audience très larges. Au Sénégal, avec une antenne, nous touchons 5 millions d'habitants". (Maury, 2015).

Existe una tendencia favorable marcada por cierto optimismo en las cifras de negocio en el ámbito de la publicidad. En Senegal las estimaciones apuntan a que "... le marché publicitaire mesuré par Omedia à savoir les recettes brutes des médias nationaux, TV, Radio et Presse a progressé fortement entre 2015 et 2016 (+16.7%) pour atteindre un total de 17.5 Milliards de FCFA bruts". En cuanto a

Costa de marfil, responsables como la Directora General de la emisora Vibe Radio y la Directora General de la agencia Red África, auguran una progresión en la inversión publicitaria tanto en Radio como en el medio televisivo e Internet en el país. Asimismo, en Gabón se han generado grandes expectativas en torno a la celebración de la Copa de África de las Naciones 2017. Ya que “comme partout, un évènement sport de cette dimension booste les investissements publicitaires car les annonceurs veulent bénéficier de l’exposition de leurs marques auprès du plus grand nombre”. En cualquier caso, los expertos entrevistados por la revista Adweknow magazine advierten que “les incertitudes macro-économiques ou les aléas politiques peuvent avoir des répercussions ici ou là sur le comportement des Annonceurs et remettre en cause ces prévisions”. Se pueden distinguir dos modalidades de agencias publicitarias en el continente, las locales y aquellas internacionales que se han adaptado al mercado africano.

3.7.2.1. Agencias de publicidad nacionales en Africa

El sector de la publicidad africana está escasamente desarrollado. Se registra con dificultad alguna agencia nacional, pero parece una industria aún joven. La superioridad de las grandes multinacionales de la publicidad y la estrategia de penetración de estas en los mercados africanos aliándose, o absorbiendo a las empresas locales, impide un amplio desarrollo de un sector publicitario local independiente.

La agencia Voodoo Communication es una de las primeras empresas de publicidad africana. Creada en 1999 en Costa de Marfil, por un grupo de jóvenes profesionales su actividad abarca la creatividad publicitaria, la planificación de medios y las relaciones públicas. Es una empresa con vocación panafricana. Está presente en tres países. Ha desarrollado las filiales Voodoo Abidjan, Voodoo Dakar, y Voodoo Douala, situadas respectivamente en las capitales de Costa de Marfil, su sede principal, pero también Camerún, y Senegal.

Otra de las empresas publicitaria local es Agence Dakcor es resultado del proyecto de un grupo de jóvenes africanos, liderado por el senegalés, Bougane Gueye Dany, quien emprende años más tarde la creación del grupo D-Média. La agencia de publicidad Dakcor se constituye en el año 2003 y responde, según su promotor, a la necesidad de

comblar le déséquilibre qu'il y avait dans le secteur des agences de publicité. Quand on est venu, il y avait beaucoup de multinationales et beaucoup d'agences étrangères. Les Sénégalais avaient une part très mince pour ce qui concerne le secteur de la publicité.

La empresa publicitaria opera en Senegal, Costa de Marfil, Mali, Gambia, Mauritania, Guinea Bissau y en varios otros países africanos, excepto en Nigeria. En la actualidad esta agencia cuenta con 402 empleados.

Otra de las agencias representativa de la iniciativa local en materia de publicidad es Pygma Group. Se trata de una empresa publicitaria radicada en la República Democrática del Congo, donde tiene su sede principal. Pero su alcance es mayor. Opera también en otros países, por lo que dispone de una delegación en la capital de Suráfrica. La agencia Cosse es una de las primeras agencias locales desarrolladas en Nigeria. Se crea en 1995 y desde entonces no sólo ofrece servicios para clientes del propio país sino que ha extendido sus servicios por la subregión de África del Oeste. Se encuentra instalada en la capital, Lagos. Los trabajos que ofrece abarcan todo tipo de actuaciones del ámbito de la publicidad, marketing y producción de contenidos.

3.7.2.2. Agencias de publicidad extranjeras

África no escapa a la presencia de las grandes multinacionales que controlan el mercado mundial de la publicidad. Están presentes en los países con más posibilidades económicas, o bien desarrollando delegaciones o filiales para las que recurren a los actores locales. Kafemo ilustra esta situación en Ghana donde “....there are 16 foreign advertising agencies either working independently or affiliated with a local agency” (Kafemo, S, 2006, p. 19).

El grupo francés Publicis, una multinacional del área de la publicidad y el marketing, es la compañía que mayor presencia tiene en ese área en África⁷¹. Ha desarrollado una filial, Publicis Africa Group, mediante la cual opera en todo el continente africano. Esta empresa está participada por Saatchi & Saatchi, Publicis Worldwide, Leo Burnett, Arc, Starcom MediaVest, Zenith Optimedia y DigitasLBI. Ha logrado su alcance mediante la creación de una red integrada por 67 agencias asociadas y propias, implantadas en 34 países. Cada agencia tiene una firma diferente. Doce de ellas operan bajo la marca AG Partners. Alguna adopta la marca Publicis, otras Saatchi, pero son pocos casos. Si bien hay generalmente sólo una oficina en cada uno de los países, se observa que en Nigeria hay cinco empresas pertenecientes a la Red Publicis Africa Group, y que en Suráfrica, la presencia se eleva a 26. Desde ese país es presumible que el grupo actúa sobre los territorios en los que no está presente. Publicis ha desarrollado, por lo tanto, la estrategia de implantación en África a través de empresas locales, aprovechando el conocimiento de esta y su identidad. De este modo consigue penetrar en un mercado muy complejo por el componente multiétnico que caracteriza a su sociedad. Tiene, por lo tanto, presencia bajo diferentes firmas. Su actividad va dirigida tanto a clientes locales como a multinacionales. (Ver ANEXO 21)

Han quedado fuera del interés de implantación del grupo los 20 países siguiente: Burundi; Cabo Verde; Eritrea; Gambia; Guinea, Guine Bissau; Guinea Ecuatorial; Lesoto; Liberia; Libia; Mali; Mauritania; República del Congo; Santo Tomé; Seychelles; Sierra Leona; Somalia; Suazilandia; Sudán del Sur; Yibuti. Cabe pensar que la ausencia de motivación por estar presente en estos países pueda deberse, de un lado al escaso nivel de liberalización de sus mercados, y a la inestabilidad política.

Ogilvy & Mather es otra de las multinacionales del área de la publicidad, marketing y relaciones públicas de gran presencia en África. Para su implantación ha desarrollado la filial Ogilvy & Mather África. Es una de las compañías veteranas en el continente. Según figura en su página web, "For more than 50

⁷¹ <http://www.publicisafricagroup.com/>

years, O&M Africa has created iconic advertising for clients, and we continue to live by our founders credo of "We sell, or else". Aunque ha venido operando desde Suráfrica, en los diez últimos años ha desarrollado una red de agencias en 27 países subsaharianos. Su estrategia ha sido similar a la de la empresa francesa Publicis, ya que ha contado para alcanzar ese territorio con empresas locales afiliadas, o empresas participadas por la multinacional. En su empeño introducir su imagen en el territorio, la denominación de cada agencia incluye la marca Ogilvy y el nombre del país.

Ogilvy & Mather tiene su sede principal en Nairobi, Kenia. Cuatro de las empresas que figuran en su red no disponen de oficina física. Es el caso de Chad, Níger, Senegal y Burkina Faso. (Ver ANEXO 22).

Cerca de 30 países quedan fuera del alcance de la red desarrollada por Ogilvy & Mahter Africa. Se trata de Angola; Argelia; Benin; Burundi; Cabo Verde, Camerún, Camoras, Egipto, Eritrea; Etiopía; Gabón; Gambia; Guinea; GuineaBisau; Guinea ecuatorial; Lesoto; Liberia; Libia; Mali; Marruecos; Mauritania; Nigeria; Centroafricana; Ruanda; Santon Tomé; Somalia; Suazilandia; Sudán; Sudán del Sur; Togo; Túnez; Ybuti.

A diferencia de las multinacionales Publicis y Ogilvy, Mc Cann Worldgroup⁷² centra su presencia en Suráfrica, en Johannesburgo donde cuenta con una oficina. En el resto del continente, dispone de 11 oficinas. Las delegaciones de los países del Magreb adoptan el nombre FP7 y las siglas de la capital del país. De modo que las agencias son: FP7/ TUN (Túnez), FP7/ALG (Argelia); FP7/CAI (Egipto); FP7/CAS (Marruecos). Respecto al resto de agencias, todas adoptan la marca Mc Cann y la ciudad en la que están ubicadas - Mc Cann Abidjan, Mc Cann Douala; Mc Cann Dakar- o posiblemente el nombre de la agencia local a la que ha incorporado a su red - Dicomm Mc Cann; TMG Mc Cann, Back Mc Cann-. Ninguna de ellas dispone de página web donde poder acudir. En el sitio de Mc Cann Worldgroup sólo aparece una dirección postal y un

⁷² <http://mccann.co.za/>

teléfono, lo que hace sospechar que la infraestructura desplegada es muy limitada.

A pesar de ese aparente interés contenido, la agencia destaca las bondades del mercado publicitario en Africa y sostiene en su portal que

The opportunity that sub-saharan Africa, or more specifically countries in sub-saharan Africa offer is huge, but in order to capitalise on it, companies cannot simply follow their traditional approaches, they need to understand, appreciate and adapt to the continent. Africa is highly innovative and has been able to find solutions that meet the needs of people in a uniquely African way, and companies need to bring this spirit of 'Kanju' into their own organisation in order to succeed on the continent.. (Ver ANEXO 23)

3.7.3. Las empresas de medición de audiencia en Africa

La medida de la audiencia⁷³ es una cuestión de vital importancia para orientar las actuaciones de los agentes de un determinado sector. En el caso de la radio, los datos que se obtienen de las empresas especializadas sirven para guiar el mercado en todos los sentidos. En África hay una oferta limitada de empresas que desarrollan estudios de audiencias. Básicamente hay dos empresas especializadas en estudio de medios, que lideran el mercado. Se trata de Kantar TNS y de Médiamétrie.

Kantar TNS (Taylor Nelson Sofres) es una compañía de una larga trayectoria en el estudio de audiencia. Esta multinacional, líder en investigación, lanza en 2008 un dispositivo ceñido al territorio africano. Se trata del Africascope. Es un estudio por suscripción, dirigido a cualquier agente del ámbito de los

⁷³ “El concepto de audiencia se refiere al conjunto de destinatarios potenciales y reales a los que se dirige la emisora con su programación y en muchos casos con la información. Frente al enfoque comercial que considera la audiencia como un potencial comprador de productos o usuario de servicios y, por tanto, como objeto de persuasión para que así se efectúe, la información concluye con el logro de la transmisión exacta y clara del mensaje sin ningún otro fin persuasivo.” (Cebrián, 1998, p.221)

medios audiovisuales o de la publicidad, interesado en conocer los intereses de los receptores. Los trabajos tienen como objetivo, de un lado, medir los hábitos de consumo de la audiencia tanto de radio como de televisión de ámbito regional, nacional o internacional, y de otro, en describir la dotación de equipamiento técnico de los hogares....

Kantar TNS estudia, hasta la fecha, 8 países, abarcando 14 capitales y una población de 16.8 millones de habitantes. Su intención es ampliar el número de países. El Africascope de 2016 se centra en los siguientes países: Senegal, Costa de Marfil, República Democrática del Congo, Camerún, Gabon, Mali, República Democrática del Congo y Burkina Faso. (Ver ANEXO 24)

La muestra en el conjunto de estos países es de 18.000 individuos. En cada territorio, en cada capital sobre la que se hace foco, esa muestra representa a la población en función de las cuotas de sexo, edad, educación, profesión. Las entrevistas se desarrollan cara a cara en el domicilio con ayuda de una tablet. No hay olas fijadas, sino que se realizan a lo largo del año, en continuidad.

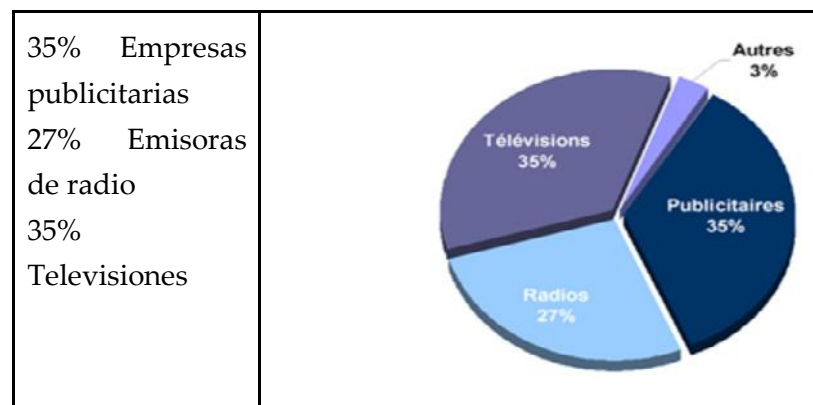
Desde 2010 Kantar TNS ofrece un estudio añadido sobre el comportamiento, concretamente, de las personas dentro de esa muestra que gozan de un mayor estatus.

Ces populations se définissent en fonction de leur activité professionnelle, et se caractérisent par un niveau de vie, un niveau d’instruction et des conditions de logement plus favorables que la moyenne. Ces sur-échantillons permettent de constituer une cible d’analyse complémentaire, constituée d’au moins 100 individus (par ville), dont les comportements d’audience, bien spécifiques, sont particulièrement intéressants pour les supports à vocation internationale.”
(Kantar TNS, 2010)

Se trata de una información de interés para los anunciantes de productos y servicios de lujo.

La otra empresa es Médiamétrie, es una compañía francesa creada en 1985. Tiene como principal objetivo el estudio de las audiencias de los medios audiovisuales. Pero no se trata, como en el caso de Kantar TNS de una empresa privada que da servicio al sector, sino que está constituida por todos los agentes implicados en el ámbito audiovisual y publicitario: radios, televisiones, anunciantes y agencias publicitarias. De modo que, Médiamétrie nace del seno de la industria audiovisual y de la publicidad como instrumento de garantía y fiabilidad para orientar el mercado. Estos actores participan en el accionariado de la entidad en la siguiente proporción:

Gráfico 4: Accionariado de Médiamétrie



Fuente: Médiamétrie.fr

La actividad de Médiamétrie no sólo abarca el territorio francés tiene extendido su radio de acción a varios países africanos. En el marco de los estudios de audiencia de medios audiovisuales, y en concreto de la radio, Médiamétrie dispone de un Comité Radio. Se trata de un órgano creado en 1989 e integrado por 15 miembros, representantes de los diferentes agentes implicados en el negocio de la radio, que vigila el correcto desarrollo de los trabajos.

Hasta la fecha, la actividad de Mediamétrie en el continente africano está acotada a cuatro países: Costa de Marfil, Camerún, Senegal y Madagascar. Aunque coordina los estudios, esta empresa no desarrolla el trabajo de campo. En

esta parte de la investigación, se apoya en la colaboración de Omedia, una compañía francesa con capacidad para realizar estudios y sondeos en una veintena de países de África del Oeste y África Central. Esta colaboración es fruto de un acuerdo firmado en 2011 entre Médiametrie y Omedia Group para llevar a cabo estudios de audiencia a escala panafricana con una periodicidad anual.

La metodología aplicada al estudio se basa en una muestra calculada por cada país, que representa al conjunto de la población urbana de ese territorio, mayor de 15 años. Se diseña sobre el método de cuotas, a partir de los datos facilitados por el Instituto Nacional de estadística del país analizado. Las entrevistas son cara a cara en el domicilio del individuo. Los indicadores en torno a los que trabaja en el área de la radio son básicamente: audiencia acumulada, la cuota de audiencia, la duración y momento de escucha de los individuos entrevistados.

Esta información es ofrecida por segmento de edad, sexo, lugar de residencia, situación económica, nivel de instrucción, con lo que se enriquece sustancialmente la información sobre el comportamiento de la audiencia. A lo largo del año se realizan tres olas de entrevistas.⁷⁴

Otras empresas de estudios.

Si bien Kantar TNS y Médiamétire son, sin duda, las dos grandes multinacionales líderes en los estudios de audiencia en África, se advierte que existe al menos una en el continente, con aspiraciones panafricanas, dedicada a realizar estudios puntuales de audiencia o de comportamiento de los consumidores. Es el caso de IMMAR International, una empresa francesa creada en 1999, pero que funda una filial, IMMAR Afrique Centrale para atender las necesidades de estudios e investigaciones en esta región africana. Esta compañía tiene su sede en Kinshasa, en la República Democrática del Congo, y entre sus

⁷⁴ Médiametrie. "L'audience Tv et radio en Côte d'Ivoire" en

<http://www.mediametrie.fr/radio/solutions/audience-radio-en-cote-d-ivoire.php?id=144>

actividades ofrece servicios como medida de audiencia en medios audiovisuales e Internet, así como estudios cualitativos respecto a hábitos de consumo de medios. A diferencia de las empresas anteriores, IMMAR suele trabajar por encargo, participando en el diseño del estudio y en su ejecución. Uno de sus clientes es el Instituto Panos que ha recurrido a IMMAR para llevar a cabo diferentes trabajos.

El coste de suscripción a alguna de las empresas que se han presentado, KANTAR TNS y Médiamétrie, o bien el encargo de un estudio a una compañía como IMMAR, resulta difícil de afrontar tanto para las emisoras comerciales de pequeñas dimensiones, como para las emisoras comunitarias, asociativas, confesionales. El Catholic Media Council (CAMECO), sabedor de estas dificultades, pero también de la importancia de disponer de datos para orientar de forma adecuada el rumbo de una emisora de radio, ha editado en 2015 el manual “La Radio écoute ses auditeurs. Guide de l’Étude d’auditoire pour les radios locales en Afrique” (Radionet, 2015).

Sus autores Fernand Nouwligbèto y Sahadou Zato Ali justifican esta guía⁷⁵ argumentando que “Des instituts d’étude d’audience commencent à mener des recherches et des études d’audience en Afrique sub-saharienne. De telles études sont utiles et souhaitables, même si leurs objectifs sont davantage tournés vers le positionnement pour les annonceurs ou la recherche de l’impact de programmes financés par des bailleurs de fonds. Mais il faut bien reconnaître que même si les résultats sont mis à disposition du tiers secteur radiophonique (les radios communautaires, associatives, locales et de proximité), ils sont souvent peu exploitables pour une radio communautaire. Alors faut-il se contenter d’intuitions et avancer à l’aveuglette dans la connaissance de son public ?”.

En este trabajo se brinda de manera didáctica las pautas a seguir en el desarrollo de investigaciones en torno a la radio de proximidad en Africa sobre aspectos como el nivel de audiencia de una emisora, el perfil de su audiencia, su grado de satisfacción, sus preferencias, etc...

⁷⁵ <http://www.radionet.cd/2015/11/la-radio-ecoute-ses-auditeurs-guide-de-letude-daudoire-pour-les-radios-locales-en-afrique/>

En esta guía, que se desarrolla en torno a una situación ficcionada, Etoile radio, el personaje conductor es la Sra Sow que va exponiendo de forma práctica las diferentes técnicas de estudio de audiencia tanto cualitativas como cuantitativas. Esta publicación, de acceso gratuito en formato digital, es un material fácil de comprender para personas ajenas al mundo de los estudios de mercado. Todas las acciones se desglosan por fases descritas de forma sencilla. Se acompañan todas esas actividades con unas fichas que permiten la sistematización del trabajo para obtener unos datos fiables y útiles para su aplicación a la estrategia de la emisora.

Se trata, por lo tanto de un instrumento para la autogestión y desarrollo de los estudios de audiencias para aquellas emisoras que no pueden acceder a otro tipo de investigaciones externas.

3.7.4 Datos de audiencia de radio en africa

Los datos que KANTAR TNS y Médiamétrie hacen públicos en abierto, son muy escasos, sin embargo son los más fiables con los que se puede contar. De manera que a continuación se recogen los datos a los que se ha podido acceder a través de los comunicados de prensa colgados en su propio portal (Médiamétrie) o a través de la publicación de la información en Adwednow magazine (Kantar TNS).

Los datos que se exponen a continuación son complementarios. Mientras que Kantar centra su atención en la cuota de cada emisora de radio, Médiamétrie ofrece datos sobre el porcentaje de audiencia de las ciudades sometidas a estudio, el tiempo de escucha de radio por persona, la hora en la que se produce un pico de audiencia, y las 5 emisoras más escuchadas en esas localidades.

Tabla 42: Ejemplo de Costa de Marfil

Porcentaje de oyentes de las localidades: Abidjan y Bouaké (1.55 millones)	54.3%
Duración media de tiempo de escucha:	186 minutos
Horario del pico de audiencia:	14% a las 6'00 horas
5 primeras emisoras según audiencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Al Bayane 2. RFI 3. Nostalgie 4. Radio Espoir 5. Fréquence 2 (entre 16 emisoras)

Elaboración propia: Fuente Médiamétrie Communiqué de presse (8 février 2017)
 "L'audience de la TV, de la radio et les usages Internet en Côte d'Ivoire- 2nd semestre 2016

<http://www.mediametrie.fr/webmail/Afrique/Newsletter/Mars2017/infos.html#actu4> (Ver ANEXO 18)

El 80% de la escucha de radio es de emisoras africanas.

DEUXIEME PARTIE.
LA RADIO AU BURUNDI

DEUXIEME PARTIE: LA RADIO AU BURUNDI

La deuxième partie concerne la radio au Burundi et comprend trois chapitres. Le quatrième chapitre est constitué par cinq sections. Il donne un bref aperçu sur le Burundi d'abord, et puis, parle de la régulation de la communication et ses agents. Le cinquième chapitre s'entend sur sept sections, et porte sur la structure de la radio au Burundi. Le sixième et dernier chapitre, est réparti sur cinq sections et fait l'analyse approfondie du paysage de la radio au Burundi.

CHAPITRE IV. LE BURUNDI, LA RÉGULATION DE LA COMMUNICATION ET SES AGENTS

Ce chapitre présente le pays, les acteurs publics de la régulation de la communication audiovisuelle et leurs actions, les agents privés œuvrant avec les médias et leurs apports, les organisations d'études de la communication et les organisations internationales en coopération avec les médias Burundais. Il est réparti sur cinq sections : la première section porte sur le Burundi dans le contexte Africain. Dans cette section, nous présentons l'aperçu historique du Burundi, sa situation socio-économique et son organisation administratif. La deuxième section concerne les acteurs publics de la régulation de l'audiovisuelle et leurs contributions. Ces derniers sont le Ministère chargé de l'Information, le Conseil National de la Communication (CNC) et l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT). A côté des agents publics, le Burundi compte pas mal d'organisations privées travaillant pour la cause de la communication entre autres, l'Association Burundaise des Journalistes (ABJ), l'Association Burundaise Burundaise des Radiodiffuseurs (ABR), l'Union Burundaise des Journalistes (UBJ) et la Maison de la Presse du Burundi (MPB); objet de la troisième section. La quatrième section analyse les organisations s'occupant de l'étude de la communication au Burundi dont l'Institut Panos Grands Lacs (IPGL) et l'Organisation des Médias de l'Afrique Central (OMAC). La cinquième et

dernière section porte sur les organisations internationales étant en coopération avec les médias Burundais. De telles organisations sont l'UNESCO, SFCG, UE, etc.

4.1. BURUNDI DANS LE CONTEXTE AFRICAIN

Le Burundi, officiellement dénommé République du Burundi depuis le 28 novembre 1966⁷⁶ avec l'arrivée au pouvoir du Capitaine Michel MICOMBERO (Palmans, 2005, p.48), est un pays enclavé de l'Afrique central se situant au cœur de l'Afrique, plus précisément dans la région communément appelée Région des Grands Lacs, composée par le Burundi, la République Démocratique du Congo (RDC) et le Rwanda (International Media Support, 2015, p.7; Ndikumana, 2015, p.2 et Frère et al., 2014, p.4). Il est limité par la République Démocratique du Congo (RDC) à l'Ouest, le Rwanda au Nord et la Tanzanie à l'Est et au Sud. Il est l'un des pays les plus pauvres et les plus affamés du monde (International Media Support, 2015, p. 7). Sa capitale Bujumbura, est aussi la ville la plus peuplée du pays.

4.1.1. Aperçu historique du Burundi

L'histoire du Burundi est très semblable à celle du Rwanda, son voisin du Nord (Frère et al., 2014, P.13; International Media Support, 2015, p.7 et Ndikumana, 2015, p.12). Elle est caractérisée par l'antagonisme entre les Hutu, majoritaires à 85% et les Tutsi, minoritaires à 14% (Palmans, 2008, p.78), deux ethnies « très différentes », d'après les colonisateurs. Cette ressemblance historique trouve son origine dans la période coloniale Belge, période pendant laquelle le Burundi et le Rwanda, pays actuellement indépendants depuis 1962, constituaient une même colonie Belge baptisée « Ruanda-Urundi » (Palmans, 2008, p.79). Or, le terme « ethnie » que se sont servis les colonisateurs désigne, dans l'usage courant, « un ensemble linguistique, culturel et territorial aux dimensions plus importantes que la tribu, avec laquelle à la fois la connotation de

⁷⁶ Avant cette date le Burundi s'appelait Royaume du BURUNDI et le roi renversé par le Capitaine Michel MICOMBERO était Ntare V, en la personne de Charles NDIZEYE fils du roi Mwambutsa qu'il venait de détrôner un an à peine auparavant.

proximité et " d'arriération", voire de primitivité, supposée propre aux peuples "non civilisés "» (Abdel, 2014, p.12). Au sens d'Abdel, la population Burundaise ne constitue qu'une seule ethnie. Geogrek Universal Salvation renforce l'idée d'Abdel en disant que « Burundi es un país homogéneo desde el punto de vista cultural y lingüístico; su orden interno de siglos de antigüedad (...) » (Geogrek Universal Salvation, 2001, p.142).

En effet, après avoir constaté que les populations de cette colonie ne se laissaient pas manipuler, les colonisateurs ont pensé à une meilleure stratégie pour mieux gouverner. C'est à ce moment qu'ils ont opté pour la politique de « Diviser pour régner ». Cette politique consistait à diviser la population sur base des appellations ethniques : Hutu, Tutsi et Twa, qui existaient déjà, la structure physiologique et leurs occupations quotidiennes, mais en changeant sciemment leur sens social (Ryntjens in Palmans, 2008, p.79). Les colonisateurs considéraient les Tutsi comme un groupe minoritaire d'éleveurs et comme des personnes supérieures avec un don de gouverner et les Hutu comme une population majoritaire, agriculteurs de tradition et comme des personnes inférieures appartenant à une classe inférieure de la société (Chrétien et Dupaquier in Palmans, 2008, p.79 et Mosquera, 2015). Les Twa n'intéressaient pas les colonisateurs parce qu'ils ne représentaient qu'un pourcentage négligeable et ne s'occupaient que de leur activité quotidienne (la poterie), laissant la politique aux Hutu et Tutsi. Abdel aussi affirme que le terme « ethnie » a été utilisé par les colonisateurs pour leurs propres fins :

Comme l'ont montré divers travaux anthropologiques, la spécialisation du terme « ethnie » dans le classement des populations dominées a correspondu, en partie, à des exigences propres aux nécessités administratives coloniales, qui ont contribué à rigidifier, en Afrique et ailleurs, des entités aux contours antérieurement plus flous. (Abdel, 2014, p.12)

Alors, les Tutsi continuèrent à exercer le pouvoir qui leur a été conféré par les colonisateurs au détriment des Hutu, ce qui renforça les divisions ethniques donnant lieu à la naissance des conflits ethniques entre les deux parties (Chrétien et Dupaquier in Palmans, 2008, p.79). Marysse et Van reconnaissent également cet héritage empoisonné fait par les colonisateurs aux Burundais : « Depuis son

indépendance, le Burundi a connu une escalade de violences. Depuis lors, une importante littérature a été produite traitant des causes politiques des crises consécutives, et les interprétations divergentes sont connues » (Marysse et van, 2002, p.1).

Signalons qu'avant l'arrivée des colonisateurs au Burundi, toute personne riche qui s'occupait généralement de l'élevage était Tutsi et toute personne pauvre dont l'activité quotidienne était l'agriculture, et qui travaillait pour le compte des riches pour gagner son pain, était Hutu. Les Batwa ou Twa s'occupaient de la poterie comme activité de tradition à côté de la chasse et de la cueillette. Autrement dit, avant la colonisation, les termes Hutu, Tutsi et Twa représentaient les classes sociales Burundaises de l'époque, classes qui étaient basées sur l'activité quotidienne et la situation économique de chacun. Nous partageons cette affirmation avec Geogrek Universal Salvation qui dit que « Los distintos grupos étnicos que habitan Burundi han establecido, a lo largo de los siglos, una relación basada en la división del trabajo y traducida en diferencias de clase social (...) » (Geogrek Universal salvation, 2001, p.144). Dans ce sens, aucune personne n'est Tutsi ni Hutu à la naissance, mais peut devenir l'un des deux au cours de sa vie.

Les Hutu représentent 85% de la population, les Tutsi représentent 14% et les Twa que 1% (Palmas, 2008 ; Roeck et al, 2016 ; Universal salvation, 2001). Généralement, les Twa n'ont pas de partie pris entre les deux ethnies en conflits sans cesse ; leur alignement est fonction de la zone habitée et surtout des intérêts visés dans le choix de leur alignement.

Après l'accession à l'indépendance en 1962, les dirigeants Tutsi appartenant à l'unique parti politique « UPRONA » ont utilisé tous les moyens pour se succéder au pouvoir, appuyés par une armée dominée par des officiers Tutsi. Et cette période a été marquée par des épisodes de violence ethnique (Casals, 1996, p.219). Geogrek Universal salvation réaffirme cette violence:

Burundi es un país homogéneo (...), sólo se ve amenazado por la fragilidad del modelo étnico- político, que enfrenta a la aristocracia Tutsi y a los campesinos Hutu, choque que tuvo su punto culminante en la

masacre de 100.000 Hutu en 1972. (Geogrek Universal Salvation, 2001, p.142)

Arrivé au pouvoir en 1987, le Président Pierre Buyoya, sous la pression nationale et internationale met le pays dans le chemin menant vers la sortie démocratique du régime autoritaire (Nindorera, Capitant et Ndarugirira, 2013, p.41). C'est dans ce cadre qu'il a légalisé le multipartisme dans la Constitution promulguée en mars 1992. Puisqu'il était évident que les conflits ethniques allaient rendre difficile le processus démocratique, depuis 1988, le Président Pierre Buyoya a pris plusieurs initiatives dans le cadre d'une réconciliation ethnique, d'où l'adoption de la «Charte de l'unité nationale» le 05 février 1991 par référendum et l'adoption d'une nouvelle constitution en mars 1992 (Palmans, 2005, p.49). Ainsi, l'agrément des partis politiques de l'opposition commence en juin 1992. Cet agrément était difficile à obtenir pour les nouveaux partis suite aux conditions très compliquées, posées par l'ancien parti unique qui avait du mal à s'adapter à cette nouvelle vie politique. Dans ses initiatives, le Président Pierre Buyoya a promulgué le Décret-loi n°1/01 du 04 février 1992⁷⁷ réglementant la presse, ce qui a permis la création des Radios privées (Palmans, 2005, p.49).

Les élections de juin 1993 allaient renforcer la démocratie. Malheureusement, les choses ont tourné mal car la victoire a été remportée par un Hutu et la dite minorité Tutsi n'arrivait pas à accepter qu'un Président Hutu accède au pouvoir, d'où son assassinat le 21 octobre de la même année par un groupe de militaires Tutsi (Roeck et al., 2016, p.10). Cette date a inauguré la guerre civile qui causa des lourdes pertes en vies humaines et des dégâts matériels, sans oublier les réfugiés dans les pays limitrophes généralement et les déplacés à l'intérieur du pays, période où « le recours à la violence est devenu le seul moyen de prendre et de conserver le pouvoir » (Palmans, 2005, p.69). Cette situation dramatique démontre que le pays n'était pas bien préparé à la nouvelle

⁷⁷ Ce Décret-loi qui s'inscrivait dans le cadre de la démocratisation des institutions et du pluralisme d'expression a également créé le Conseil National de la Communication (CNC) et ne lui conférait que l'unique droit consultatif parce que toutes les décisions de grande importance restaient entre les mains du Gouvernement. Ceci a fait qu'il soit en contradiction avec la Constitution de mars 1992. De ce fait, il a été déclaré anti-constitutionnel par la Cour Constitutionnelle dans son audience du 17 août 1992. Ainsi, il a été révisé par le Décret-loi n°1/39 du 26 novembre 1992.

logique de la démocratie comme nous l'avons déjà souligné, le Président Buyoya a voulu faire plaisir à l'opinion internationale mettant de côté la réalité de son pays (Palmans, 2003, p.60). Cette situation a eu des impacts directs et profonds sur l'activité médiatique. « Dès lors, les médias déjà existants glissent pour plusieurs d'entre eux dans un discours virulent, voire haineux » (Nindorera, Capitant et Ndarugirira, 2013, p.42).

Après une dizaine d'années de massacres ethniques, le pays a connu une stabilité politique relative grâce à l'Accord de paix et de réconciliation signé à Arusha en Tanzanie en 2000 (International Media Support(IMS), 2015, p.7). En juillet de 2001, un accord a été signé entre les parties en conflits, prévoyant une période de transition de trois ans partagé entre les deux ethnies toujours en conflits. La première moitié de ce gouvernement de transition avait pour Président Pierre Buyoya (un Tutsi de l'UPRONA), tandis que le Vice-président Domitien NDAYIZEYE (un Hutu du FRODEBU) se préparait à gouverner le pays pendant la deuxième moitié dudit gouvernement de transition (Mosquera, 2015). La période de transition qui se clôtura le 26 août 2005 a servi aussi à la préparation des élections de 2005.

Les élections de 2005 se sont bien déroulées, l'ancien chef rebelle Hutu Pierre NKURUNZIZA remporta la victoire et devint Président de la République jusqu'en 2010. Le même Président gagna les élections de 2010 (Roeck et al., 2016, p.10) et son Parti le (CNDD-FDD) contrôlait presque la totalité du gouvernement suite au boycott de la plupart des partis de l'opposition desdites élections pour des raisons dites de fraude (BAfD, OCDE, PNUD et CEA, 2012,p.2). Pour les observateurs internationaux, ces élections étaient libres et transparentes. Les réactions des partis de l'opposition mettent en évidence que les conflits persistent. Vient alors la période la plus épineuse pour le pays, les élections de 2015 et la question du troisième mandat du Président en fonction depuis 2005.

Le 26 janvier 2015, les médias informent au public qu'une campagne dénommée « Halte au troisième mandat » (Frère et Fiedler, 2016, p.123) a été initiée par 300 organisations de la société civile pour prévenir au Président NKURUNZIZA de se présenter à un troisième mandat. Bien d'autres organisations et institutions entre autres les partis de l'opposition, l'Eglise

Catholique, certains acteurs internationaux se sont montrés contre l'option du troisième mandat du Président NKURUNZIZA. Pour ces organisations et institutions, cela constituerait une forme de viol de l'Accord de paix d'Arusha communément appelé « Accord d'Arusha » du 28 août 2000 (Ndikumaso, 2016, p.94). Mais, cela n'a pas empêché aux membres du parti CNDD-FDD d'élire le Président NKURUNZIZA le 25 avril 2015 pour se présenter aux élections de 2015. Cette décision des membres du parti CNDD-FDD scandalise une partie de la population et surtout les organisations de la société civile, les partis de l'opposition et l'Eglise Catholique. La nomination de ce dernier à la candidature présidentielle pour son troisième mandat inaugure la crise de 2015, crise qui, pour l'opinion pro-gouvernementale n'était qu'un « Complot occidental » soutenu par le Rwanda pour remplacer le régime du Burundi comme ça a été le cas en Libye et en Iraq (Vandeginste, 2016, p.64). Alors, les manifestations contre le troisième mandat du Président NKURUNZIZA commencent le 26 avril 2015 dans la ville de Bujumbura (Vandeginste, 2016, p.53).

Malgré, un appel du Sénat, toutes ces manifestations et les interventions de différentes organisations nationales et internationales, NKURUNZIZA s'est présenté comme candidat du parti CNDD-FDD aux élections de 2015 et encore une fois a remporté la victoire même si les partis de l'opposition continuaient à revendiquer pour le respect de l'Accord d'Arusha et de la Constitution. Aujourd'hui le gouvernement fournit tous ces efforts afin de mettre fin à cette situation de tension qui s'est imposée depuis le 26 avril 2015, mais les perturbations existent encore et certains médias espèrent encore le nouvel ordre leur permettant d'émettre de nouveau. Non seulement les médias burundais ont été frappés par la crise multidimensionnelle de 2015 (Vandeginste, 2016, p.51), mais aussi toute la population Burundaise (dans plusieurs sens). La crise de 2015 frappe également les pays de la Région des Grands Lacs, plus précisément le Rwanda pour lequel les relations avec le Burundi se sont détériorées puisqu'il est accusé par les autorités Burundaises d'être à l'origine de ladite crise. En plus, les relations entre le Burundi et ses différents partenaires internationales ont été beaucoup plus perturbées (Vandeginste, 2016, p.64).

La dégénérescence des relations entre le Burundi et le Rwanda consécutive à la crise de 2015 a occasionné de multiples accusations mutuelles

entre les deux pays voisins. Signalons que la crise de 2015 n'a été qu'un facteur catalyseur de mécontentement entre le Burundi et le Rwanda parce que les conflits entre les deux pays frères existent depuis 1970 (Reyntjens, 2016, p.275). Remarquons que le Rwanda n'est pas à couteaux tirés avec le Burundi uniquement ; tout comme son voisin « ennemi », ses relations avec l'Occident sont d'autant plus critiques qu'actuellement il préfère changer de trajectoire et nouer de relations avec certains pays Africains et Asiatiques pour se défaire de ce dernier (Chabouni, 2016, p.292).

Revenant sur le Burundi, si on essaie d'analyser son histoire d'une manière générale, on constate que politiquement le pays n'a jamais connu de stabilité depuis son accession à l'indépendance le 1er juillet 1962 car les deux principales ethnies, les Hutu et les Tutsi, connaissent une longue histoire de rivalité caractérisées par des coups d'Etat et plusieurs épisodes de violence qui ont occasionné une multitude de morts, de réfugiés et de déplacés internes ainsi que de lourdes pertes matérielles (García, 2015,p.1) . Même si on fait l'analyse des différentes Républiques qui ont précédé la période dite de la démocratie sur base de la durée des différentes équipes gouvernementales, on remarque belle et bien que l'instabilité était l'une des caractéristiques fondamentales de ces dernières.

En effet, aucune équipe gouvernementale n'a duré une année en moyenne pour la 1ère République (1966 à 1976), puisque l'on a compté plus de 10 équipes gouvernementales différentes. La même situation s'est produite pour la deuxième République (1976 à 1987) et la troisième République (1987 à 1993) en a compté beaucoup plus. Signalons que chacune de ces trois Républiques a duré en moyenne 10 ans (Banteye, 2005).

Malgré cette longue et douloureuse histoire que vit le pays depuis longtemps, le pays attend le redressement de la situation grâce à la Commission Vérité et Réconciliation (CVR) mise en place par la loi n°1/18 du 15 mai 2014 par le Gouvernement du Burundi pour faire suite à l'Accord d'Arusha, en dépit de l'évocation de la non transparence de sa mise en place (Ndikumaso, 2016, p. 94 et 100). Ainsi, le peuple Burundais pourra avancer vers la réconciliation et savourer la nouvelle vie dans un pays où règnera la paix exemptée de toutes sortes de conflits interethniques. Les 11 membres de la CVR ont été élus le 03 décembre

2014 parmi les 33 personnes choisies dans 725 candidats par une commission mixte paritaire entre l'Assemblée Nationale et le Sénat du Burundi. Le choix de ces 11 membres s'est basé sur le genre et les ethnies. Partant, ces membres sont composés par six Hutu (ethnie majoritaire à 85% de la population), quatre Tutsi (14% de la population) et une Twa (la vraie ethnie minoritaire à 1% de la population) dont quatre femmes (Ndikumaso, 2016, p.99).

4.1.2. Situation socio-économique du Burundi

Le Burundi est le deuxième pays ayant la plus forte densité de population en Afrique après le Rwanda. Les différentes sources situent la population du Burundi de 2015 entre 10.742.276⁷⁸ (Populations du monde, 2016) et 11.178.900. (Annuaire statistique pour l'Afrique 2017, p.113).

Les écarts se trouvant entre ces études montrent que les chiffres donnés par ces institutions ne sont que des estimations parce que le dernier Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH)⁷⁹ a été réalisé en 2008 comme le montre le rapport « BURUNDI-Recensement General de la Population et de l'Habitat 2008 » publié par l'Institut des Statistiques et d'Etudes Economiques du Burundi (ISTEEBU, 2014). Mais une chose est visible même à la simple lecture de ces chiffres : la population burundaise augmente du jour au jour alors que la superficie reste invariable. Nijimbere, J., la Ministre de la Santé Publique et Lutte contre le SIDA affirme ce phénomène dans son discours du 11 juillet 2017, lors de la célébration de la journée mondiale de la Population : « Tenez, depuis l'Indépendance du Burundi en 1962 jusqu'aujourd'hui les burundais se sont multipliés par quatre, (...) et dans certains coins du pays la densité est de 400 ha/

⁷⁸ <http://populationsdumonde.com/fiches-pays/burundi> [visité le 26 juillet 2016]

⁷⁹ Revenant sur le Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) et sur base du rapport « BURUNDI-Recensement Général de la Population et de l'Habitat 2008 (en pdf) » publié par l'ISTEEBU en 2014, nous tenons à vous signaler que selon les recommandations des Nations Unies tous les gouvernements doivent faire le recensement général de la population et de l'habitat tous les dix ans. Les premiers recensements au Burundi ont été réalisés respectivement les années 1979 et 1990. Mais il n'a pas pu respecter cette périodicité par manque de moyens et surtout, suite à la crise socio-politique qui secoue le pays depuis le 21 octobre 1993, date d'assassinat du président Melchior NDADAYE, le premier président démocratiquement élu par la population et premier président Hutu (García, 2015, p.1 ; Dupont, 1998, p. 1).

km² (...) » (Nijimbere, 2017)⁸⁰. En 2015, le taux brut de natalité était de 43,5% (Annuaire Statistique pour l’Afrique, 2017, p.113) et celui de mortalité infantile s’élevait à 61,89%⁸¹.

Reste à savoir quelle sera le futur du Burundi avec une telle croissance démographique sachant que l’industrialisation reste toujours au stade embryonnaire (Banteye, 2005, p.1). Même parmi le peu d’industries qui naissent, il y en a qui atteignent la phase de déclin avant même d’arriver à la phase de croissance par manque de moyens financiers et surtout par manque d’expérience en la matière. Il existe même des infrastructures inutilisées comme les greniers de stockage des produits agricoles construits dans certaines provinces du pays comme Bujumbura et Kayanza sous le régime du Président Jean-Baptiste BAGAZA, parce que, peut être le projet n’a pas été bien analysé avant sa mise en œuvre.

4.1.2.1. L’économie du pays

L’économie Burundaise est essentiellement basée sur l’agriculture. Cette dernière est pratiquée de manière individuelle sur des étendues privées très réduites acquises d’après le droit coutumier et est dominée par les cultures vivrières entre autres, le maïs, le haricot, le petit pois, les pommes de terre, les patates douces, les bananes, le blé, le sorgho, le riz et le manioc, le soja, etc. La situation étant ainsi, elle occupe plus de 93% de la population active, occupe 50% de la superficie des terres, ensemble avec l’élevage, sa contribution va de 40% à 60% du PIB.

Malgré son importance dans l’économie Burundaise, elle n’arrive pas à satisfaire les besoins de la population parce qu’elle se heurte à plusieurs problèmes dont les crises épisodiques et surtout celle de 1993, la dégradation et la réductibilité du patrimoine foncier et les techniques agricoles peu performantes, le manque d’investissement, la démographie galopante et une

⁸⁰ Nijimbere, le 11 juillet 2017, Journal parlé en Kirundi du 11 juillet à 19h00 sur la Radio Isanganiro et dans le Journal parlé en Kirundi et en Kinyarwanda du même jour à 19h30 sur la VOA).

⁸¹ <http://populationsdumonde.com/fiches-pays/burundi> [visité le 28 juillet 2016]

densité très élevée. Toutes ces difficultés et bien d'autres non citées dans ce travail font que l'agriculture Burundaise reste une agriculture de subsistance à faible productivité.

La crise socio-politique et sécuritaire qui date de très longtemps combinée à la chute des cours mondiaux du café (première culture industrielle), a entraîné le pays dans une forte récession en 2015 (-4%) et a fait que les bailleurs internationaux suspendent le versement des aides à la stabilisation politique alors que le pays dépend des aides internationales (FMI, World Economic Outlook Database, 2016).

Les autres cultures industrielles avec peu d'influence sur le PIB sont le thé et le coton⁸², les autres produits comme le sucre ne méritent même d'être cités suite à leur apport non significatif. La crise la plus marquante dans la vie socio-économique du pays après les événements de 1972, est celle déclenchée par les événements du 21 octobre 1993. Seulement, dans une période allant de 1993 à 1995, le PIB réel a connu une régression de 16% et au cours d'une seule année (1996), sa chute était estimée à 10,5% (World Bank (1996). In André, 1996, p.11). L'impact négatif des événements politiques sur la vie économique du Burundi avait été reconnu par André en 1996 : « Les événements politiques des dernières années ont créé une insécurité socio-politique qui a contribué à aggraver une situation économique déjà précaire » (André, 1996, p.18). Le même auteur avait affirmé que le Burundi est exposé aux fluctuations du cours du café, produit constituant une part importante dans les recettes d'exportations, sur les marchés internationaux ; phénomène qui se produit en 2015 (André, 1996, p.10).

De plus, la corruption fait rage au Burundi, lui donnant ainsi une mauvaise réputation (Rufyikiri, 2016, p. 70). Pire encore, les salaires des fonctionnaires restent très bas, mais cela n'empêchent qu'ils soient un casse tête pour le gouvernement. Même certains secteurs comme le secteur sanitaire et éducatif réclament toujours du personnel sans succès parce que le gouvernement

⁸²Quant aux recettes d'exportation, les exportations agricoles des cultures industrielles dont le café, le thé, le coton, etc. en représentent 70 à 85%. (République du Burundi. Ministère de l'Eau, de l'Environnement, de l'Aménagement du Territoire et de l'Urbanisme, 2010, p.29).

dit qu'il n'a pas suffisamment de moyens financiers pour embaucher plus de personnes. Cette situation fait que le chômage augmente sans cesse et plus précisément pour les jeunes. D'après le Professeur Kabwigiri, plusieurs jeunes burundais, dotés d'une qualification professionnelle, et qui sombrent longtemps dans le chômage, constituent pour le long terme une bombe à retardement pour le Burundi, dans la mesure où cette situation de vulnérabilité sociale les expose à toute forme de manipulations [Interview de Xinhua]⁸³. Le PNUD, Réaffirme l'idée de Kabwigiri quand il dit que ce qui constitue la question la plus tourmente pour le Burundi en ce qui concerne le chômage, c'est que la problématique dudit chômage concerne les jeunes à 50% alors qu'ils représentent la majorité de la population burundaise active (PNUD in Frère et al, 2014, p.20).

Toujours en analysant la situation économique du pays, nous constatons que le PIB connaît des variations, il a connu une croissance négative de 4% en 2015 et de 0,5% en 2016 alors qu'il était de 4,5% en 2014, niveau sur lequel il était en 2011. Le PIB par habitant a également régressé par rapport à l'année précédente : 304 \$ contre 319\$. L'endettement de l'Etat augmente d'année en année compliquant ainsi son fonctionnement. Le taux d'inflation a passé de 7,9 en 2013 à 4,4 en 2014, année à partir de laquelle il n'a cessé d'augmenter parce qu'il était de 5,5 en 2015 et de 5,6 en 2016. Si le taux d'inflation augmente d'une année à l'autre, il est normal que la Balance des transactions soit négative et que les prix des produits augmentent. Malgré cette situation inflationniste, le Burundi importe plus qu'il n'exporte (FMI, World Economic Outlook Database, OMC et Banque Mondiale, 2017). Ce qui implique que la Balance commerciale du Burundi est toujours déficitaire, détériorant ainsi, les modes de vie de la population parce que l'augmentation des prix des produits importés entraîne celle des prix des produits locaux et surtout des biens de première nécessité. Le tableau ci-après présente la situation économique du Burundi sur base de certains indicateurs.

⁸³ http://www.arib.info/index.php?option=com_content&task=view&id=14606 [Visité le 28 août 2016]

Tableau n°43 : Indicateurs de la croissance économique du Burundi et du commerce extérieur

Indicateurs de croissance	2013	2014	2015	2016
PIB (Milliards USD)	2,58	2,93	2,87	2,74
PIB (Croissance annuelle en %, prix constant)	5,9	4,5	-4	-0,5
PIB par habitant	287	319	304	284
Endettement de l'Etat (en % du PIB)	36,6	33,9	42,4	60,4
Taux d'inflation	7,9	4,4	5,5	5,6
Balance des transactions courantes (Milliards USD)	-0,5	-0,54	-0,46	-0,13
Importations de biens (Millions USD)	811	769	755	Dnd
Exportations de biens (Millions USD)	91	132	111	Dnd

Source : Auteur à partir des données de l'FMI-World Economic Outlook Database, de l'OMC et de la Banque Mondiale disponible sur : <http://www.expert-comptable-international.info/fr/fiches-pays/burundi/le-contexte-economique-et-politique> [visité le 10 mai 2017] et des données de l'ISTEEBU. Disponible sur <http://www.isteebu.bi/images/Indicesdesprix/ipc%20juin%202017.pdf> [visité le 29 juin 2017]

Néanmoins, le Burundi a un atout, une richesse potentielle parce qu'il possède d'importants gisements de cuivre, cobalt et nickel, même s'ils sont exploités de manière artisanale jusqu'aujourd'hui⁸⁴

⁸⁴ <http://www.expert-comptable-international.info/fr/fiches-pays/burundi/le-contexte-economique-et-politique> [Visité le 25 août 2016]

4.1.2.2. Les conditions de vie des familles burundaises

Classé dans les pays les plus pauvres du monde avec un taux de pauvreté de 67% (République du Burundi. Cadre stratégique de croissance et de lutte contre la pauvreté CSLP II in Nindorera, Capitant et Ndarugirira, 2013, p.91), le Burundi occupait la 184^{ème} place sur 187 pays selon l'Indice de Développement Humain en 2015 (FMI, World Economic Outlook Database, 2016).

Le peuple Burundais vit dans des conditions économiques précaires à plusieurs facteurs. Elles dépendent de l'économie du pays en général, économie qui, comme nous l'avons ci-haut souligné dépend en grande partie de l'agriculture. Ainsi, la population vit généralement de l'agriculture qui n'arrive pas à satisfaire les besoins de cette dernière pour divers raisons, malgré son importance dans les recettes d'exportation comme nous l'avons remarqué.

La majorité de la population vit dans une situation de pauvreté extrême ne leur permettant pas de satisfaire au moins les besoins fondamentaux. Les difficultés du développement de l'agriculture empire les modes de vie de la population et occasionne des famines et des problèmes de malnutrition sévère au sein des familles. L'étude publiée par Afrobaromètre⁸⁵ en 2013 témoigne que 54% de la population disent qu'ils vivent dans des conditions de vie mauvaises ou très mauvaises et que l'insuffisance alimentaire frappe plus de 65% de la population Burundaise (Afrobaromètre, 2013, pp.13 et 18).

En plus, les salaires au Burundi sont généralement bas, voire même très bas par rapport au coût général de la vie. Dans ces conditions, il est difficile de penser à se procurer un récepteur de radio, considéré par certaine famille comme un bien de lux.

L'espérance de vie à la naissance s'améliore un peu car elle a passé de 57,1 ans (total) en 2015 (Annuaire Statistique pour l'Afrique, 2017, p.113) à environ 60,09

⁸⁵ L'Afrobaromètre (AB) est un réseau de chercheurs Africains, indépendants, non-partisans dont l'objectif est de mesurer les perspectives de la population dans les domaines social, politique et économique dans les pays où l'enquête est organisée et à travers le continent Africain. Au Burundi, le travail de l'Afrobaromètre est coordonné par GRADIS

ans au total, 58,45 ans pour les hommes et 61,78 ans pour les femmes⁸⁶. Ceci parce que, mis à part les maladies telles que le Paludisme, les maladies des mains sales, le Diabète, les maladies du cœur, etc, qui causent la mort pour la plupart de cas par manque de moyens financiers, un adulte sur 15 est séropositif et l'approvisionnement en médicaments est insuffisant⁸⁷.

4.1.2.3. L'Education

Du point de vue éducation, les résultats du Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2008 témoignent que le taux d'analphabétisation était élevé en 2008 (56,8%) même s'il avait connu une régression comparativement à ceux des recensements de 1979 (66,4%) et 1990 (59,5%). Celui de l'alphabétisation en 2008 était de 86,9% (Annuaire Statistique pour l'Afrique, 2017, p.113).

Le nombre d'universités augmente du jour au jour. Aujourd'hui, le pays compte plus d'une vingtaine d'universités qui sortent des lauréats chaque année, alors que la création d'emplois est à la phase embryonnaire, ce qui fait que le gouvernement se voit dans l'incapacité d'embaucher tous les jeunes diplômés, qui, jusqu'à l'heure actuelle croisent les bras, pensant que le Gouvernement doit leur trouver de l'emploi. A côté de ceux-ci s'ajoutent les lauréats des enseignements secondaires, qui n'accèdent pas à l'enseignement supérieur, mais qui souhaiteraient se faire embaucher avec un tel niveau de formation (Kabwigiri, le 08 avril 2016). Les jeunes qui n'ont pas eu la chance de continuer leurs études mais qui ont terminé l'école primaire ou qui n'ont même pas fréquenté le banc de l'école mais qui pratiquent l'exode rurale à la recherche du meilleur emploi augmentent le nombre des chômeurs. Le chômage expose les jeunes à toute forme de manipulations pouvant les amener à différentes "déviation" sociales, telles que les sollicitations orientées vers les actes de banditisme, le recrutement auprès des bandes armées en cas d'une situation d'insécurité politique dans le

⁸⁶ <http://populationsdumonde.com/fiches-pays/burundi> [Visité le 28 juillet 2016]

⁸⁷ <http://www.expert-comptable-international.info/fr/fiches-pays/burundi/le-contexte-economique-et-politique> [Visité le 25 août 2016]

pays et le vagabondage sexuel qui touche en grande partie le sexe féminin (Kabwigiri, le 08 avril 2016). L'exemple le plus frappant et le plus récent est celui des manifestations d'avril – mai 2015 où les jeunes étaient majoritaires.

4.1.2.4. Langues du Burundi

Le Kirundi et le Français occupent la première place et sont utilisées au même taux. Le Kirundi occupe le premier rang parce que c'est la langue maternelle qui est utilisée dans toutes les familles et presque partout dans les services officiels, dans les réunions, etc. Quant au Français, il est la langue imposée par les colonisateurs Belges, mais qui est devenue très importante dans l'enseignement depuis l'école primaire jusqu'à l'université et dans presque tous les services et réunions publics. Ceci implique que toute personne Burundaise cultivée suit aisément les émissions en français. Vient en deuxième lieu le Swahili avant l'Anglais parce que même s'il fait partie du programme de l'enseignement depuis longtemps, la pratique en dehors des écoles est presque nulle parce que la langue la plus parlée en famille est le Kirundi, suivit du Français. Le Swahili a été introduit dans l'enseignement de l'école Primaire au même moment que l'Anglais, qui, au paravent faisait partie du programme de l'école secondaire, mais l'avantage que présente le Swahili sur l'Anglais est qu'il est parlé au moins dans un quartier de chaque province du pays. Ces quartiers sont communément appelés « Quartier Swahili ». En zone rurale le Swahili n'existe presque pas comme nous le témoignent les résultats du RGPH 2008. Le Kinyarwanda est compréhensible par presque toute la population Burundaise, mais elle n'est utilisée que par les radios étrangères. Quant à l'arabe, elle est utilisée par la radio initiée par la communauté musulmane dont les pays arabes sont des partenaires ; c'est une façon de la part de cette dernière de satisfaire à ces bienfaiteurs pour fortifier les relations entre eux et la radio afin qu'ils puissent continuer de l'appuyer financièrement.

Le tableau suivant présente la répartition de la population par langue d'Alphabétisation selon le milieu de résidence.

Tableau n°44 : Distribution de la population Burundaise par langue d'Alphabétisation et zone de résidence

Langue lue et écrite	Urbain (%)	Rural(%)	Total(%)
Aucune langue	29,9	59,9	56,8
Kirundi	32,3	29,4	29,7
Français seul	0,7	0,3	0,3
Kirundi et Français	15,8	7,6	8,4
Swahili seul	12	0,1	0,2
Kirundi et Swahili	3,0	0,2	0,5
Kirundi, Français et Swa	4,5	0,2	0,7
Kirundi, Français et Angl	7,7	1,8	2,4
Kirundi, Fra, Swa et Angl	3,4	0,2	0,5
Anglais seul	0,3	0,0	0,1
Autres combinaisons	1,3	0,2	0,3

Source : Auteur à partir des données du RGPH 2008, disponible sur : https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1866/2008%20Burundi%20Population%20Survey_Status%20and%20Structure%20of%20Population.pdf [Visité le 25 juin 2017]

4.1.2.5. Les religions des Burundais

Quant aux religions pratiquées au Burundi et leur prédominance, d'après les résultats du Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2008 (RGPH 2008), la religion Catholique vient au premier rang et marque un écart considérable avec la religion protestante qui occupe le second rang. Les autres religions dont la religion Musulmane, Adventiste et Témoins de Jéhovah ont un pourcentage de loin inférieur à celui des personnes qui ne pratiquent aucune religion (République du Burundi, Ministère de l'Intérieur, Bureau Centrale du Recensement, p. 56). Le tableau suivant présente la répartition en pourcentage de la population Burundaise par religion pratiquée.

Tableau n°45 : Répartition de la population Burundaise par religion

Religion	%
Catholique	61,4
Protestante	21,4
Aucune religion	6,1
Autre	3,2
Musulmane	2,5
Adventiste	2,3
Témoins de Jéhovah	0,3

Source : Auteur à partir des données du RGPH 2008, disponible sur : https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1866/2008%20Burundi%20Population%20Survey_Status%20and%20Structure%20of%20Population.pdf [Visité le 25 juin 2017]

4.1.3. Cadre organisationnel de l'administration du territoire Burundais

D'après la Loi n°1/10 du 26 mars 2015 Portant création de la Province de Rumonge et délimitation des provinces de Bujumbura, Bururi et Rumonge⁸⁸, le Burundi est subdivisé en 18 provinces, dénommées selon leurs chef-lieu (Roeck et al., 2016, p.9), 119 communes, 391 zones et 2910 collines ou quartiers (Ministère de l'Intérieur et de la Formation Patriotique, Direction Générale d'Administration du Territoire, 2015).

L'administration est ainsi organisée : Chaque province est gouvernée par un haut cadre nommé par l'Etat central. Les communes constituent la subdivision de la province et sont dirigées chacune par un conseil élu de 25 membres piloté par un Administrateur Communal qui est chargé de la mise en œuvre des délibérations du conseil communal. Les zones à leur tour sont une subdivision de la commune et sont dirigées chacune par un chef, appelé « Chef de zone ». Viennent en fin les collines de recensement ou quartiers (pour les villes), qui représentent une subdivision de la zone et sont dirigées chacune par un conseil

⁸⁸ http://www.senat.bi/?page_id=645 [Visité le 30 août 2015]

élu (Communication du Ministre de la Décentralisation et du Développement Communal du Burundi, 2009, p.2). Bref, la plus petite unité du découpage administratif du Burundi actuel est la colline ou le quartier.

Le constat est que les 18 provinces ont été créées d'une manière échelonnée⁸⁹ dans le temps. Une des raisons de cette subdivision est certainement la démographie galopante. Un autre motif, qui serait la plus essentielle, est la Décentralisation, une des politiques fondamentales du gouvernement du Burundi qui consiste à faciliter aux habitants de tous les coins du pays l'accès aux services publics et à l'instauration de la démocratie à la base et la promotion d'un développement socio-économique participatif et durable.

Il est vrai que certaines provinces ont vu le jour avant que le terme « Décentralisation » soit en vogue, mais c'était en ce phénomène qu'aspire le gouvernement en créant les provinces comme l'affirme le Ministre de l'Intérieur le 3 mars 2015 en ces paroles :

Le gouvernement du Burundi a depuis un certain nombre d'années adopté la politique de décentralisation et de la déconcentration de l'administration publique en général et de l'administration territoriale en particulier dans le but d'impliquer davantage la population dans la gestion des affaires publiques et de rendre les services publics plus proches et accessibles à la population bénéficiaire. (Nduwimana, 3 mars 2015)⁹⁰

⁸⁹Nous constatons que la majorité des provinces, c'est-à-dire 15 sur 18, soit 83.33% a été créée sous le régime du Président Colonel Jean Baptiste Bagaza. Ceci, parce qu'il mettait avant toute autre chose le développement local car pour lui, le développement devrait se baser sur les activités locales menées par la population. Seize ans plus tard, après la création des 15 premières provinces du pays, le Président Major Pierre BUYOYA a constaté la nécessité de créer la province de Mwaro qu'il a effectivement créé en 1998. Ce n'est qu'après dix-sept ans d'existence de la Province Mwaro et dans le but de renforcer la Décentralisation qu'a vu le jour la Province de Rumonge, sous le régime du Président Pierre NKURUNZIZA.

⁹⁰<http://www.ppbdi.com/index.php/ubumwe/imibano/10-le-renouveau/1404-senat-seance-pleniere> [visité le 03/09/2016]

Dans le cadre de la décentralisation, le pays compte un nombre très significatif de collines ou de quartiers. La raison est qu'au Burundi la majorité de la population, environ 90% de la population habite en milieu rural (Nindorera, Capitant et Ndarugirira, 2013, p.91) ; c'est-à-dire que la population est éparpillée sur les différentes collines. Le tableau suivant présente la structuration de l'organisation administrative du Burundi après création de la Province Rumonge le 26 mars 2015. Dans ce tableau, *Co* est Commune ; *Zo* est Zone ; *Col* est Colline et *Quart* est Quartier.

Tableau n°46 : Organisation administrative du Burundi

Nom de la Province	Date de création	N° Co.	N° Zo	N° Col/Quart
Bubanza	24/09/1982	5	15	92
Bujumbura Mairie	Dnd	3	13	97
Bujumbura Rural	24/09/1982	9	35	205
Bururi	24/09/1982	6	37	204
Cankuzo	24/09/1982	5	11	100
Cibitoke	24/09/1982	6	24	150
Gitega	24/09/1982	11	32	264
Karuzi	24/09/1982	7	20	155
Kayanza	24/09/1982	9	30	262
Kirundo	24/09/1982	7	25	193
Makamba	24/09/1982	6	24	139
Muramvya	24/09/1982	5	15	99
Muyinga	24/09/1982	7	24	230
Mwaro	10/12/1998	6	16	131
Ngozi	24/09/1982	9	32	298
Rumonge	26/03/2015	5	20	128
Rutana	24/09/1982	6	18	163
Ruyigi	24/09/1982	7	21	178
18		119	391	2910

Source : Auteur à partir des données du Ministère de l'Intérieur et de la Formation Patriotique, Direction Générale d'Administration du Territoire, les données de la CENI 2015 et entretiens avec certains Gouverneurs ou agents des Provinces en dates du 01 au 09 septembre 2016.

La carte du Burundi permet de bien voir comment est subdivisé le pays en Provinces. Elle met en évidence les dix-huit provinces ainsi que frontières entre elles, la capitale du pays et les différents centres. De cette carte même nous pouvons voir les frontières du Burundi avec les pays voisins que nous avons vu en haut. Elle représente la structure administrative du Burundi même si les communes, les zones et les collines ou quartiers ne sont pas marqués. Sur cette carte, la capitale du pays est représentée par une étoile se trouvant au sein d'un cercle. Les noms des provinces sont écrits en rouge et les chefs-lieu desdites provinces sont représentés par des gros points se trouvant chacun à l'intérieur d'un cercle. Les noms des différents centres sont écrits en noir et ces derniers sont représentés par des cercles. L'avion représente l'aéroport. Signalons que même si sur la carte apparaissent trois aéroports : celui de Bujumbura, de Gitega et de Kirundo, le seul aéroport fonctionnel jusqu'à présent est celui de Bujumbura, les autres restent en projet. Les frontières internationales sont représentées par des traits en gras tandis que celles entre les différentes provinces en sont par des traits simples. Les différentes routes reliant les diverses provinces sont aussi visibles sur cette carte. Ainsi, les lignes en gras représentent les routes nationales tandis que les lignes simples en représentent celles principales. Les rivières n'apparaissent pas sur la légende, mais elles sont représentées par les lignes en bleu. Le schéma suivant est une carte représentant la structure administrative du Burundi après création de la province de Rumonge.

Schéma n°1 : Carte administrative du Burundi



Source : http://peaceoperationsreview.org/wp-content/uploads/2016/02/gpor_burundi_map_feb_2016.pdf [visité le 27/07/2016]

4.1. LIBERALISATION ET REGULATION DE LA RADIO

En 1976, après le Coup d'État militaire, le régime de la presse établi, transforme le domaine de la radiodiffusion en monopole de l'Etat. Un an plus tard, les autorités militaires instaurent que "seul l'État peut, au Burundi, exploiter directement ou par l'intermédiaire d'établissements publics, des stations de radiodiffusion ou télévision produisant des émissions destinées au public" (Décret loi du 28 février. Art.1)

Selon Gilbert Maoundonodji, cette disposition

...a pour conséquence de rendre impossible la création de toute nouvelle station de radiodiffusion, mais surtout contribue à réduire au silence la seule radio privée qui existe, à savoir la Radio Corda. Cette radio d'obédience protestante diffusait ses programmes en quatre langues, à savoir, kirundi, le kiswahili, le français et l'anglais. (Maoundonodji, 2005, p.59)

Mais quelques années plus tard, comme dans le reste des pays africains, les premiers gestes de libéralisation de la radio se produisent au début des années 90. En 1992 le gouvernement offre à travers le Décret loi du 4 février 1992, modifié plus tard par le Décret loi n°1/39 du 26 novembre, "la possibilité aux promoteurs intéressés de créer des radios privées. Les premières, en 1995, sont Radio CCIB FM+ et Radio Umwizero (devenue Bonesha FM)".

Le processus pour pouvoir créer une station radio est double. D'un côté, pour exploiter une station, le promoteur doit recevoir une autorisation préalable du Conseil National de la Communication. Le requérant fait la demande d'autorisation. Il doit présenter la documentation qui consiste: à l'identification des propriétaires, les statuts de la société, la composition du capital et l'origine du financement, entre autres. Le CNC est chargé d'examiner la demande et d'accorder l'autorisation d'exploitation du service, normalement pour une durée de 5 ans, renouvelable. Les conditions d'exploitation sont prévues dans le cahier des charges, que le requérant doit présenter et qui constituera la convention à

signer avec la CNC. Il est obligé de signer une convention, de la part du CNC et du requérant.

D'un autre côté, une fois obtenue l'autorisation du CNC, l'entité à la requête d'une autorisation doit requérir l'attribution de fréquence auprès de l'Agence de Régulation et contrôle des télécommunications (ARCT). Finalement, pour avoir une autorisation complète, le requérant doit payer les frais pour l'exploitation du service. La Loi n°1/15 du 09 mai 2015, qui sera étudiée dans le chapitre suivant, est le texte législatif qui régule actuellement la radiodiffusion au Burundi.

Dans tout système social d'action(SSA), les structures organisationnelle et communicationnelle occupent une place prépondérante. Que ça soit sur le plan organisationnel ou communicationnel, les autorités concernées doivent faire le contrôle de la vie du système d'une manière régulière afin d'opérer des changements en cas de besoin. Ceci, parce que tout système social d'action est dynamique. Ce dynamisme est expliqué par l'évolution de l'environnement pouvant influencer positivement ou négativement l'évolution du système en question. Chaque intervenant dans un SSA agit dans son domaine d'action pour améliorer la vie de ce dernier.

Actuellement, les institutions publiques chargées de gérer et réguler la communication audiovisuelle tout comme la gestion et la réglementation du secteur des médias et de la communication pour son développement sont le Ministère chargé de l'Information et la communication, à l'heure actuelle c'est le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias (MPTICM), le Conseil National de la Communication (CNC) et l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) (Nindorera, Capitant et Ndarugirira , 2013, p.80). Ces institutions font partie du système en tant qu'instruments dont Burundi a besoin pour faire effective l'ouverture à la libéralisation des radios, commencée en 1992.

4.2.1. Le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias " MPTICM " et ses missions

Le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias (MPTICM) a son siège à Bujumbura. Le Ministère ayant la communication dans ses attributions existe depuis le 18 juillet 1961, juste à la veille de l'indépendance du pays. Signalons que jusqu'à cette période, le pays était sous le joug colonial, ce qui signifie que même ce Ministère fonctionnait sous les ordres des colonisateurs. Dès cette année jusqu'aujourd'hui, ce Ministère a reçu différentes dénominations et ces changements de nom de ce dernier n'ont pas épargné les ministres. Des fois, le changement de nom du Ministère allait de paire avec celui du Ministre⁹¹. (Annexe 25)

4.2.1.1. Les missions du Ministère

Les missions du Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias (MPTICM) dans le but de développer le secteur des médias et de la communication peuvent être regroupées en quatre classes suivantes : Promotion de la communication pour le développement social, le développement de la communication électronique, la promotion des

⁹¹Le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias est caractérisé par l'instabilité depuis son existence jusqu'aujourd'hui, instabilité qui a caractérisé la politique du pays depuis 1962 comme nous l'avons déjà signalé. Les différents changements ne concernent non seulement le nom du Ministère, mais aussi les différents Ministres ayant en charge ce dernier. Les changements des Ministres s'opèrent de façon que la majorité d'entre eux n'ait même pas la chance de faire quoi que ce soit pour le développement de ce Ministère, faute de temps. Il existe même des ministres qui n'ont duré que des mois et personne parmi eux ne l'a été pendant une période dépassant trois ans. Ce changement des ministres qui se réalise sans cesse peut être l'une des raisons qui freinent le développement des médias et de la communication au Burundi. Cela étant, les Ministres font leur mieux afin de développer ce secteur. Le tableau suivant nous montre l'évolution dudit Ministère.

professionnels des médias et la promotion des Technologies de l'Information et de la Communication(TIC) (Décret n°100/60 du 05/04/2016, chap. 1, Art.1).

Pour atteindre l'objectif de développer la communication électronique, le MPTICM s'est fixé les missions de promouvoir le développement des communications électroniques ; de promouvoir et favoriser le rôle des communications électroniques; de développer un réseau national et/ou international de communication électronique fiable et connecté aux autoroutes et d' accroître l'offre des services de communication électronique et faciliter leur accès universel et la coopération du Burundi avec les organisations sous-régionales, régionales, africaines et internationales dans le secteur des communications électroniques (Décret n°100/60 du 05/04/2016, chap. 1, Art.1).

En vue de promouvoir les TIC, le MPTICM a mis avant tout, les actions d'élaboration et mis en œuvre d'une politique d'élargissement, de modernisation et de rationalisation des réseaux de télécommunication nationale et internationale ; de promotion des Technologies de l'information et de la Communication (TIC) et d'organisation des formations y relatives et de conception d'une politique cohérente de promotion et de développement des technologies modernes de télécommunications ainsi que les formations y relatives (Décret n°100/60 du 05/04/2016, chap.1, Art.1).

Dans l'objectif de promouvoir la communication pour le développement social, le MPTICM a privilégié les activités de Conception et de promotion d'une politique nationale en matière de communication compte tenu de l'évolution politique du pays ; de mise en place d'un système de communication visant à promouvoir et redorer l'image du Burundi au niveau international et de développement du volet de la communication sociale et de soutiens de façon constructive du développement national par la communication (Décret n°100/60 du 05/04/2016, chap. 1, Art.1).

Pour la promotion des professionnels des médias, le MPTICM en collaboration avec le Conseil National de la Communication (CNC) assure le respect de la législation sur la presse ; veille à la promotion des professionnels des médias ; favorise l'épanouissement de la liberté de la presse publique et privée ;

coordonne les initiatives et les actions entreprises par différents intervenants en matière de communication ; encourage l'organisation professionnelle des médias et fait valoir le respect de l'autonomie et de l'indépendance professionnelle des médias (Décret n°100/60 du 05/04/2016, chap. 1, Art.1).

4.2.1.2. Organisation du Ministère

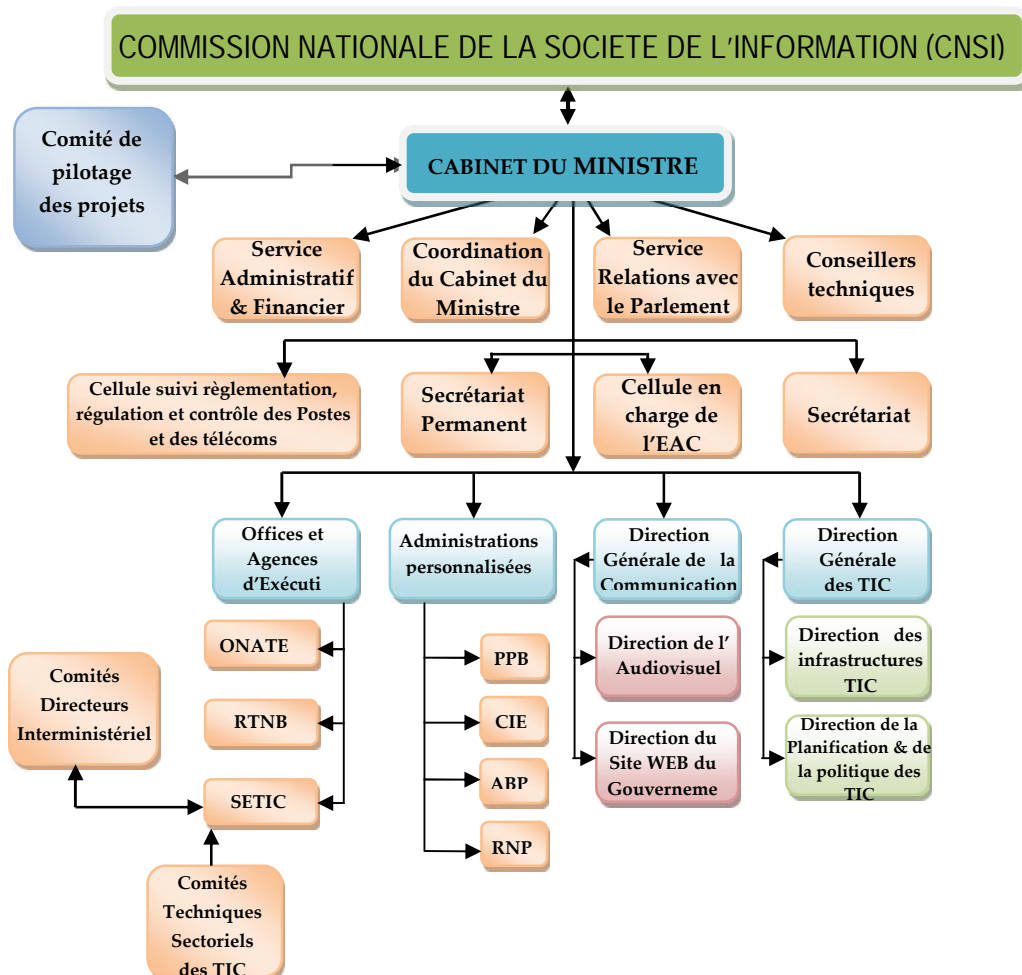
L'organisation du corps ministériel est hiérarchique. La Commission Nationale de la Société et de l'Information (CNSI) vient au dessus de tout le reste de l'organigramme. Elle est en liaison direct avec le cabinet du Ministre. Le comite de pilotage se trouve au même niveau que le cabinet du Ministre et n'est en communication qu'avec ce cabinet uniquement. Le reste des composantes du Ministère sont liées par le Cabinet du Ministre par niveau.

Au premier niveau, le cabinet du ministre est lié avec le service administratif et financier, la coordination du cabinet du Ministre, le service relations avec le Parlement et les conseillers techniques (facultatifs). Au deuxième niveau, le cabinet du Ministre est en communication directe avec la cellule chargée du suivi, de la réglementation, la régulation et le contrôle des postes et des télécommunications, le secrétariat permanent, la cellule chargée de l'EAC et le secrétariat. Au troisième niveau, le cabinet du ministre est en contact direct avec les offices et agences d'exécution qui regroupent l'Office National des Télécommunications (ONATEL), la Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB) et le Secrétariat Exécutif des Technologies de l'Information et de la Communication (SETIC). Le SETIC est appuyé par les comités directeur de l'interministériel et les comités techniques sectorielles des TIC. A même niveau, le cabinet du ministre est en liaison direct avec les administrations personnalisées qui renferment la Régie Nationale des Postes (RNP), les Publications de la Presse du Burundi (PPB), le Centre d'Information, Education, Communication en matière de population et développement (CIEP) et l'Agence Burundaise de Presse (ABP). Toujours à ce niveau, le cabinet du ministre est en relation directe avec la direction générale de la communication composée par la direction de l'audiovisuel et celle du site web du Gouvernement. En fin, le cabinet du ministre

est en contact direct avec la direction générale des TIC qui a à sa disposition la direction des infrastructures des TIC et la direction de la planification et de la politique des TIC (Décret n°100/60 du 05 /04/2016, Chap.2, sect.1, art.2-8).

Le schéma suivant montre l'organisation du Ministère telle qu'elle a été conçue par le Gouvernement en collaboration avec le ministre des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias.

Schéma n°2 : Organigramme du Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias



Source : Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias

Connaissant les services qui composent le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias, il importe d'être au courant des missions qui reviennent à chacun d'eux. Ainsi, la suite de ce travail, met en évidence les attributions des composants du Ministère.

La détermination des attributions du Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias et celles des différents services qui le composent nous permet de savoir les actions menées au sein du Ministère pour le développement du secteur des médias et de la communication (Décret n°100/60 du 05 /04/2016, Chap.2, sect.2, art.9-18).

Le service ayant la fonction administrative et financière participe à l'administration du Fonds d'Appui aux Médias. Il suit de près la production des rapports des services, organismes, offices, établissements publics et le Secrétariat Exécutif des TIC se trouvant dans ses attributions. Il veille aux relations avec les services extérieurs et organise la circulation de l'information. La cellule chargée des Affaires de la Communauté Est Africaine a la mission d'élaborer les stratégies par lesquelles le Burundi pourra tirer des profits de l'EAC en ce qui est de la communication et des télécommunications.

La cellule chargée du suivi de la réglementation, la régulation et le contrôle des postes et des télécommunications s'est vu attribuer des activités de contrôle de la politique de développement des TIC et des obligations internationales dont le Burundi est partie prenante en ce qui concerne les Télécommunications et de s'occuper de toutes les activités en rapport avec les télécommunications au niveau régional et international, ainsi que l'application de la politique de Modernisation et d'extension des réseaux de télécommunications nationales et internationales, de la radiodiffusion et d'informatique, la participation à mise en pratique des objectifs de la vision nationale de développement des TIC à l'horizon 2025.

La Direction des TIC a pour mission principale de « suivre les questions des programmes de développement des infrastructures et applications des TIC ». La Direction des infrastructures des TIC participe à l'élaboration des politiques sectorielles de développement des infrastructures des TIC et du personnel compétent pour leur application. Quant à la direction de la planification et de la

politique des TIC, elle coordonne les cellules TIC de tous les ministères et structures décentralisées.

La direction générale de la communication a globalement le rôle « d'assurer la coordination des travaux des directions de l'Audiovisuel et de la direction du site web du Gouvernement ». Dans la mise en application de sa mission, elle développe et assure le volet de la communication sociale en rentabilisant les potentialités offertes par les TIC, veille au respect de la déontologie, de l'éthique et de la législation sur la presse en collaboration avec le CNC, veille à la promotion des professionnels des médias, donne l'importance au respect de l'autonomie et de l'indépendance professionnelle des médias, crée un environnement favorisant l'épanouissement de la liberté de la presse tant publique que privée et accompagne les initiatives des actions des entreprises par différents intervenants dans le secteur de la communication.

A son tour, la direction de l'audiovisuel participe à l'élaboration et la mise en œuvre de la politique nationale de l'Audiovisuel, participe à l'élaboration du cadre institutionnel et réglementaire du secteur audiovisuel, participe à l'élaboration des stratégies de développements du personnel de l'audiovisuel, participe à la promotion et au développement des relations avec la presse internationale afin de conserver et de consolider l'image du Burundi. Egalement, entre dans ses attributions le développement d'une politique cohérente en matière de la publicité, les activités vidéo-cinématographiques et plus précisément celles se rapportant à l'organisation des entreprises de la presse audiovisuelle, fait le monitoring des radios et télévisions et étudie les voies et les moyens utiles pour la promotion et le développement du secteur de l'audiovisuel. Quant à la direction du site web du Gouvernement, elle propose une stratégie nationale de communication publique. Sachant les attributions de chaque organe du ministère, il est d'importance capitale vérifier si les actions menées par Ministère participent réellement au développement du secteur des médias et de la communication.

Toutes les activités que le Gouvernement du Burundi entreprend dans le secteur des médias et de la communication s'accomplissent à travers le Ministère ayant la communication dans ses attributions.

4.2.1.3. *Actions du Ministère*

Parmi les actions menées par le MPTICM, nous pouvons citer:

Les Etats Généraux des Médias et de la Communication (EGMC) organisés Bujumbura en décembre 2001 et à Gitega du 4 au 5 mars 2011. Les EGMC ont été organisés pour apporter des réponses aux manquements en matière de la liberté de la presse qui marquent les différentes lois promulguées depuis 1922. Les premiers ont été la base de la loi n°1/025 du 27 novembre 2003 régissant la presse au Burundi tandis que les seconds constituent l'origine de l'élaboration de la Politique Nationale de Communication (PNC) élaboré en 2012 (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, 2012, p.10). Les deuxièmes ont comme base l'article 31 de la constitution promulguée le 28 mars 2005. Conformément à cet article, la liberté d'expression est garantie pour tout citoyen et l'Etat doit assurer la liberté de pensée, de religion, de conscience et d'opinion (Karayenga, le 20 mars 2011, p. 4).

Dans le but de relever les principaux défis qui causent de problèmes au secteur des médias et de la communication tel que mis en évidence dans les EGMC et atteindre les objectifs globaux assignés au Gouvernement, il a été élaboré une Politique Nationale de Communication (PNC) qui propose vingt-sept actions regroupées dans deux axes.

Le premier axe renferme toutes les réformes à entreprendre dans le secteur des médias, tandis que le second réunit les réformes visant l'amélioration de la communication politique et institutionnelle au Burundi. Les réformes proposées sont les suivantes :

- Réformes visant l'amélioration du cadre légal et institutionnel :
- Réformes dans les médias Publics : Restructuration de la Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB).

- Réformes visant les médias de proximité : Lancement de nouvelles radios de proximité et appui à ces dernières.
- Réformes visant la formation des professionnels des médias : Création d'une école de journalisme, promotion des formations en cours d'emploi au sein des entreprises de presse, promotion des formations groupées, harmonisation et homologation des formations modulaires et relance des coopérations en matière de formation.
- Réformes visant les subventions et l'aide aux médias : Instauration des aides directes et indirectes.
- Réformes visant la responsabilité sociale des médias.
- Réformes sous-tendant la prise en compte des convergences Technologies de l'information et de la Communication (TIC), Médias et Communication.
- Réformes visant la promotion de la parité femmes-hommes dans les médias.
- Réformes visant l'amélioration du cadre légal et institutionnel.

De toutes ces propositions, les actions qui ont été menées dans le cadre de la Politique de Communication sont les suivantes :

- la Loi n°1/025 du 27 novembre 2003 a été modifiée par la Loi n°1/11 du 04 juin 2013 régissant la Presse au Burundi et cette dernière a été révisée par la Loi n°1/15 du 09 mai 2015 régissant la presse au Burundi.
- la création de l'Office Burundais des Droits d'Auteur et des Droits Voisins (Décret n°100/237 du 07 septembre 2011).

- élaboration des conventions collectives entre les entreprises de presse et leurs employés pour aménager un environnement professionnel serein.

Bien que limitée, cette politique a été la bienvenue car elle a été élaborée au moment où le pays était engagé dans un processus de transition vers la télévision numérique terrestre conformément aux engagements souscrits dans l'accord de Genève de 2006, dit GE-06, transition qui a été effective le 19 décembre 2016 (Niyongabo, 19 décembre 2016). Elle a servi pour donner une orientation générale des principes directeurs sur lesquels s'est basé l'aménagement du paysage médiatique et de l'environnement de la communication au Burundi. Cette orientation va de paire avec les objectifs du Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté, deuxième génération (CSLP II) et de la vision du Burundi 2025. Ces objectifs sont:

Mettre en place en cadre légal et institutionnel propice au développement du secteur des medias et de la communication à l'ère de la convergence ; Promouvoir la responsabilité sociale des medias ; Promouvoir la parité hommes-femmes dans les medias ; Promouvoir la formation des professionnels des medias, de la communication de la publicité ; Repenser la gestion des entreprises de presse dans le contexte de la migration vers le numérique et de la concurrence farouche des medias régionaux ; Disposer des stratégies appropriées pour améliorer la communication au Burundi. (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, Bujumbura, juillet 2012, p.7-8)

Ces objectifs mettent en évidence la volonté du gouvernement de développer les médias et la communication. C'est pour cette raison que le Gouvernement du Burundi à travers le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias (MPTICM) ne cesse d'élaborer des plans annuels afin d'atteindre à ces objectifs et opérer des réformes en cas de besoin pour l'amélioration du paysage médiatique et de l'environnement de la communication au Burundi. D'autres organes publics œuvrant pour la cause du développement des médias et de la communication sont le Conseil National de la Communication, "CNC" en sigle, qui est l'organe de régulation des médias et l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications, "ARCT" en sigle, qui a pour mission d'assurer le contrôle et

la régulation du secteur des télécommunications et de faire respecter la réglementation y relative.

4.2.2. Le Conseil National de la Communication (CNC)

Le Conseil National de la Communication (CNC) est la première instance de régulation des médias au Burundi qui s'investisse dans le développement des médias et de la communication depuis 1992. Pendant les premières années de son existence, il a connu pas mal de problèmes matériels et financiers de telle manière qu'il se trouvait dans l'incapacité d'accomplir ses missions (Frère, 2006, p.98). Le siège social du Conseil National de la Communication (CNC) est localisé à Bujumbura. Voyons la présentation et cadre légal du CNC.

4.1.2.1. Evolution du CNC

Au Burundi, le premier organe chargé de la régulation des médias a vu le jour en 1992 et sa création s'inscrit dans le cadre de la démocratisation des institutions et du pluralisme de la presse⁹². Autrement dit, l'avènement du multipartisme et du pluralisme médiatique a suscité la nécessité d'un organe qui s'occupe de la régulation des medias, d'où la naissance du Conseil National de la Communication (CNC) en 1992. La nouvelle Constitution de 1992 stipule dans son article 26 que « toute personne a droit à la liberté d'opinion et d'expression dans le respect de l'ordre public et de la loi » (Manirakiza in Palmans, 2003, p.60). Cet article a donné accès à la création des partis politiques autres que le parti unique UPRONA, ainsi que le lancement d'une presse indépendante du pouvoir, presse qui nécessitait des organes de régulation.

Mais le décret- loi du 4 Février 1992 qui l'institue ne lui donnait qu'un rôle presque secondaire, puisque les principales décisions dévolues à une instance de régulation digne de ce nom, restaient dans les mains du Gouvernement à travers le Ministre ayant l'Information et la Communication dans ses attributions.

⁹² <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]

En effet, ce Conseil National de la Communication (CNC) gardait uniquement les prérogatives telles que celle d'accréditer les journalistes étrangers, de suspendre ou d'interdire un média. C'était une lacune pour ce Conseil puisque la véritable indépendance du CNC se montre dans sa façon de délibérer et de trancher sans influence les cas litigieux lui soumis ou en cas d'auto-saisine, c'est-à-dire que ce conseil n'était qu'un symbole/ figurant⁹³. Une autre lacune pour ce CNC était le manque de moyens suffisants tant matériels qu'humains pour remplir ses missions.

La période de la création du CNC était une période très délicate même si les médias étaient peu nombreux et non dérangeants car ils étaient dominés presque par des médias publics, mais les premiers journaux de la presse privée étaient tous des journaux des partis politiques. L'un des objectifs de ces journaux était de faire de la propagande politique, mais les choses n'ont pas gardé la même trajectoire parce qu'à un certain moment ces journaux se sont lancés dans des discours de haine à l'égard de l'adversaire politique et/ou "ethnique" (Palmans, 2003, p.60). Ces médias avaient besoin d'un organe de régulation afin de limiter les abus de la liberté d'expression. Cette préoccupation s'était généralisée partout en Afrique dans les années 90, avec la démocratisation des institutions et l'ouverture vers la liberté de la presse (Ntiyanogeye, 2008, p.59). Mais chaque pays a ses particularités qui influencent la manière dont les autorités conçoivent la régulation de la communication selon les conditions dans lesquelles les processus démocratiques ont été amorcés.

Au Burundi, la nécessité d'un organe de régulation s'est faite ressentir beaucoup plus en 1993 avec les élections et l'assassinat du Président Melchior Ndadaye. Ces deux événements ont changé la trajectoire des journaux privés, lesquels se sont vus obliger de mettre de côté les barrières légales et déontologiques et d'adopter un ton ethnique. Ainsi, la plupart des titres tels que Carrefour des idées (Pro-UPRONA), LeTémoin Nyabuserongo (Pro-FRODEBU), La Nation (Pro-PARENA), L'Etoile (Pro-PARENA) et L'Eclaireur (Pro-FRODEBU) se caractérisaient par la volonté de renforcer les haines ethniques et les préjugés collectifs (Palmans, 2003, p.61).

⁹³ <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]

La nouvelle Constitution du 18 mars 2005 a reconnu le CNC comme une instance administrative autonome, mais ses faibles capacités matérielles pour remplir ses missions n'ont pas changé. Sa composition faisait aussi appel à des doutes sur son indépendance parce que trois des membres de ce Conseil étaient des patrons des médias et deux étaient des Porte Parole des partis politiques⁹⁴.

L'actuel Conseil National de la Communication (CNC) est régi par l'article 284 de la Constitution 2005. Cet article précise que le Conseil National de la Communication veille à la liberté de la communication audio-visuelle et écrite dans le respect de la loi, de l'ordre public et des bonnes mœurs. Ainsi, le CNC a un pouvoir de décision notamment en matière de respect et de promotion de la liberté de presse et d'accès équitable des diverses opinions politiques, sociales, économiques et culturelles aux médias publics. Le CNC joue également un rôle consultatif auprès du Gouvernement en matière de communication (art.5 de la loi n°1/03 du 24 janvier 2013). L'article 2 du Règlement d'Ordre Intérieur du CNC précise bien ce que c'est cet organe et son rôle dans le monde médiatique : « Le Conseil National de la Communication (CNC) en sigle, est une autorité administrative indépendante chargée de réguler la liberté de la communication audio-visuelle dans le respect de la loi, l'ordre public, les bonnes mœurs et les droits d'autrui » (ROI du CNC, ART. 2, P.2). « Le Conseil est une autorité administrative indépendante chargée de veiller à la liberté de la communication écrite et audio-visuelle ... » (art.1 de la loi n°1/03 du 24 janvier 2013).

Chaque équipe du CNC doit être nommée par un Décret qui doit être signé par le Président de la République du Burundi et contresigné par les deux Vice-présidents comme le prévoit la Constitution du 18 Mars 2005 en son article 286 : « Les membres du Conseil National de la Communication sont nommés par le Président de la République en concertation avec les Vice -Présidents de la République»⁹⁵.

Cette équipe doit être composée par 15 membres choisis dans le secteur de la communication et dans les divers milieux utilisateurs des médias

⁹⁴ <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]

⁹⁵ <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]

(Constitution de la République du Burundi du 18 mars 2005, l'article 285). Parmi les 15 membres, 5 dont le Président, le Vice-Président, le Secrétaire Exécutif, le Conseiller Juridique et le trésorier forment le Bureau Exécutif et sont permanents, tandis que les 10 qui restent forment le Bureau Central et ne sont pas permanents. Ils se présentent uniquement quand le Bureau Exécutif convoque une réunion de l'assemblée plénière ordinaire ou extraordinaire. Ce système de nomination assure, donc, le contrôle du gouvernement sur le Conseil.

Celui-ci dispose aussi d'un service de monitoring qui s'occupe de l'écoute et de l'enregistrement de quelques 8 principales radios captées à Bujumbura. Ces radios sont les suivantes : La Radio Nationale ; la Radio Publique Africaine (RPA) ; la Radio Bonesha FM ; la Radio Isanganiro ; La Radio Rema FM ; la Radio CCIB FM ; la Radio Salama et la Radio Renaissance (Réseau Francophone des Régulateurs des Médias, « REFRAM »)⁹⁶. Signalons que dans toutes ces radios, seule la Radio Nationale est publique tandis que les sept qui restent sont privées.

4.2.2.2. Les missions et l'organisation du CNC

Une loi organique détermine les missions, la composition, l'organisation et le fonctionnement du Conseil National de la Communication (Constitution de la République du Burundi du 18 mars 2005, art. 288). Tous les médias œuvrant sur le territoire burundais rentrent dans le champ de compétence du Conseil quel que soit leur statut juridique (Constitution de la République du Burundi du 18 mars 2005, art. 2). Le CNC actuel est dans tous les cas plus indépendant que ses prédécesseurs qui n'avaient pas de ressources matérielles propres et suffisantes pour remplir ses missions⁹⁷.

Cette loi lui confie la mission principale d'assurer, d'une manière générale, le respect de l'expression pluraliste des courants de pensée dans la presse et la communication. Le CNC « délivre les autorisations aux éditeurs de contenus pour la poursuite ou la création de leurs activités en mode numérique (...) » (Décret n°100/02 du 07 janvier 2014, Chap. 4., Art. 8).

⁹⁶ <http://www.refram.org/membres/Burundi> [visite le 16/09/2016]

⁹⁷ <http://www.refram.org/membres/Burundi> [visite le 16/09/2016]

Par éditeur, il faut entendre « les chaînes de télévisions ou les stations de radio proposant des programmes télévisés ou radio à destination public » (Décret n°100/02 du 07 janvier 2014, Chap. 1., art. 1, alin. 1.).

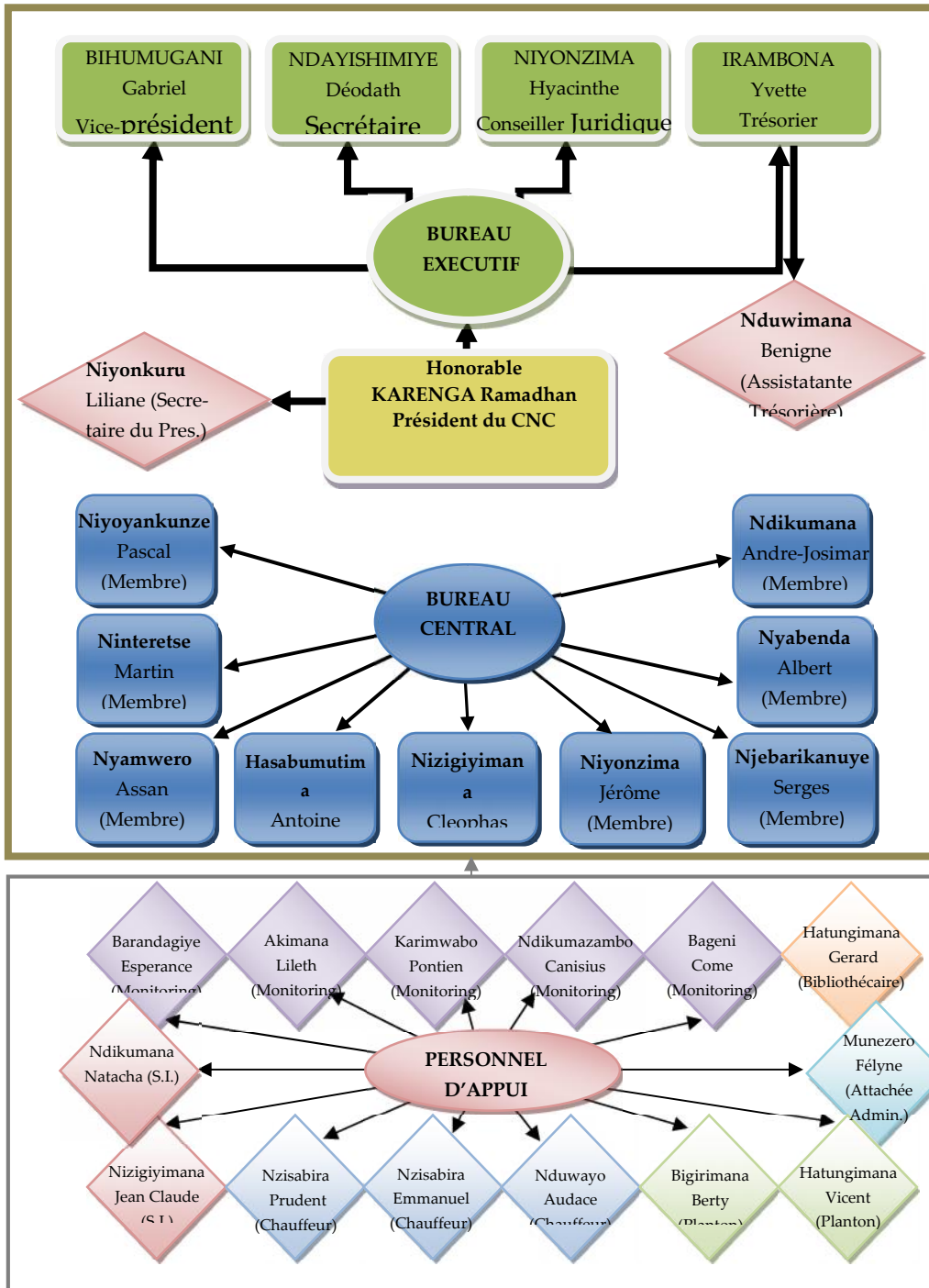
Le CNC est un Conseil privilégié parce qu'il dispose d'un pouvoir de décision en matière de respect et de promotion de la liberté de presse, tout en jouant un rôle consultatif auprès du gouvernement en matière de communication. Au Burundi, il est le seul conseil parmi les 5 conseils nationaux prévus par la Constitution du Burundi du 18 mars 2005 qui a cette prérogative d'avoir à la fois, un rôle consultatif et un pouvoir de décision, les autres conseils nationaux n'ont qu'un pouvoir consultatif⁹⁸. Ces derniers sont « le Conseil Economique et Social, le Conseil National de Sécurité, le Conseil National pour l'Unité et la Réconciliation et l'Observatoire National pour la Prévention et l'Eradication du génocide, des crimes de guerre et des crimes contre l'humanité » (Observatoire de l'Action Gouvernementale (O.A.G.) asbl, 2012, p.31). L'article 6(art.1 de la loi n°1/03 du 24 janvier 2013) assigne aux membres du CNC cinq missions :

Garantir l'indépendance, notamment en matière d'information, des médias publics et privés; garantir le libre accès aux sources d'information; garantir de façon équitable le libre accès des partis politiques, des syndicats, des associations et des citoyens aux moyens tant publics que privés d'information et de communication; garantir l'utilisation rationnelle et équitable des médias tant publics que privés par les institutions publiques chacune en fonction de ses missions constitutionnelles et veiller au bon fonctionnement des médias et faire respecter les engagements contenus dans leurs cahiers des charges (art 6 de la loi n°1/03 du 24 janvier 2013 ; <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]).

L'organigramme représente l'organisation structurelle du CNC.

⁹⁸ <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]

SCHEMA N°3 : ORGANIGRAMME CNC



Source : Auteur à partir de l'organigramme du CNC-Burundi

L'organigramme en soit nous donne la morphologie structurelle et communicationnelle du CNC, mais ne suffit pas pour comprendre l'organisation du CNC, les points suivants nous présentent la mission du CNC ainsi que sa gestion.

La gestion quotidienne du Conseil est assurée par le Président assisté d'autres membres du Bureau Exécutif. Le Conseil peut recourir à des commissions de travail ad hoc ou permanentes pour l'examen des dossiers qui ont un caractère particulier. Du Bureau du secrétariat exécutif dépendent deux services : le service du monitoring de la presse audiovisuelle et celui du Monitoring de la presse écrite et de la presse en ligne.

Les décisions du Conseil National de la Communication se prennent en Assemblée Plénière. En cas d'urgence, le Président du CNC peut prendre des mesures transitoires à l'encontre d'un médium fautif quitte à ce qu'elles soient confirmées ou infirmées par l'Assemblée Plénière.

Depuis le début de 2010, le Conseil National de la Communication s'est doté d'un service de Secrétariat d'Instruction des Plaintes (SIP). Celui-ci est une structure technique évoluant administrativement au sein du CNC et chargée de l'examen des dossiers de plaintes ou requêtes, tel un parquet spécialisé. Ainsi, en cas de dérapages ou de délits de presse commis par un quelconque média ou journaliste, le CNC peut se saisir ou être saisi par toute personne physique ou morale qui se sentirait lésée. Son rôle est de porter à la connaissance du grand public la procédure d'instruction d'un délit de presse au cours de laquelle les personnes physiques ou morales incriminées seront notifiées et invitées à présenter leurs moyens de défense au Secrétariat d'Instruction. Cela pourrait déboucher parfois sur des solutions à l'amiable avec les plaignants ou alors sur des sanctions administratives du CNC.

Lorsqu'une plainte adressée au CNC est dirigée contre un professionnel des médias pour violation des règles d'éthique ou de déontologie, le CNC peut saisir préalablement l'Observatoire de la Presse Burundaise (O.P.B.), l'instance d'autorégulation pour avis et/ou examen au premier degré. Cela a pour mérite

d'éviter que l'intervention légale de l'instance de régulation dans le domaine de l'éthique journalistique, ne fragilise l'instance d'autorégulation.

D'autres outils qui servent au CNC dans l'exercice de ses prérogatives sont les suivants: La Constitution de la République du Burundi ; la Loi sur la presse ; la loi organique et le Règlement d'Ordre Intérieur⁹⁹.

4.2.2.3. Les actions du CNC

Pour mener à bien ses activités, le CNC entretient des relations avec certains médias et certaines institutions. Il s'est ouvert au monde depuis sa création, notamment par des échanges d'informations, des expériences et des initiatives avec des partenaires nationaux et internationaux, dans le souci de consolider ses relations avec les autres institutions qui partagent les mêmes objectifs que lui. Ainsi, les membres du CNC ont pu visiter en Afrique et dans le reste du monde les organes de régulations d'autres pays comme le Rwanda, la République Démocratique du Congo, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la France, la Suisse, la Belgique pour ne citer que ceux- là, et collabore avec un certain nombre d'associations des professionnels des médias publics et privés entre autres , l'Institut Panos Paris (IPP), aujourd'hui, Institut Panos Grands Lacs (IPGL), le Bureau Intégré des Nations Unies au Burundi (BINUB), l'UNESCO, USAID, le Département pour le Développement International en Français ou the Department for International Development (DFID), en Anglais, le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). Ces partenaires ont apporté des divers appuis au CNC, notamment à la veille des élections générales de 2005 au Burundi, pour le renforcement des capacités en matière de monitoring des médias. L'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO) appuie le Conseil National de la Communication (CNC) en particulier dans l'organisation des formations des journalistes. L'IPP a fourni au CNC des moyens pour le monitoring des médias, des salaires pour le personnel du monitoring, des missions à l'étranger des membres du CNC, ainsi que des consultations en vue du renforcement des capacités. Le PNUD lui a apporté des

⁹⁹ <http://www.cnc-burundi.org/historique.php> [Visité le 26 juillet 2016]

appuis en termes financiers notamment lors de la tenue en 2001 des Etats Généraux de la Communication¹⁰⁰.

Le CNC entretient également des liens privilégiés avec ses homologues rwandais (le Haut Conseil des Médias), Congolais (la Haute Autorité des Médias), burkinabé (le Conseil Supérieur de la Communication), de la Tanzanie et du Kenya pour ne citer que ceux-là.

Le CNC n'a pas ignoré l'importance des médias nationaux dans la réalisation de sa mission. Ainsi, il entretient des relations de partenariat avec certains médias. Entre les radios, il a eu des rencontres avec la Radio Isanganiro, La RPA, la RTNB, la Radiotélévision Salama, Radio Bonesha FM.(CNC-Burundi, 2016).

Malgré le contexte socio-politique difficile que vit le pays depuis longtemps et qui s'est empiré depuis le 21 octobre 1993 avec l'assassinat du Président Melchior NDADAYE, le Héros de la Démocratie, le CNC a pris des décisions importantes dans le développement du secteur des medias et de la communication et cela dans le sens de la promotion de la liberté de la presse. Néanmoins, dans son analyse du fonctionnement des Conseils Nationaux en 2012, l'OAG affirme que les activités réalisées par le CNC sont généralement les interventions régulatrices et les diverses autorisations accordées au cours de l'année. (Observatoire de l'Action Gouvernementale, 2012, p.43).

Malgré les critiques de l'OAG à l'égard du CNC, nous constatons que dans la réalisation de ses activités, le CNC a suivi l'article 2 de son ROI. Certaines de ces actions méritent d'être citées :

- En janvier 1993, le CNC a restitué au parti Sahwanya Frodebu (Parti majoritairement Hutu) le temps d'antenne que lui avaient confisqué les autorités de la RTNB ;

¹⁰⁰ <http://www.refram.org/membres/Burundi> [Visité le 16 septembre 2016]

- le 11 janvier 1994, le CNC a cassé l'ordonnance du 22 décembre 1993 du Ministre de la Communication portant interdiction du journal « Le Carrefour des Idées.» (Pro- UPRONA ; Parti majoritairement Tutsi) ;
- en 1996, le CNC a suspendu plusieurs journaux qualifiés par Reporters Sans Frontière (RSF) comme « médias de la haine.» Ces Medias sont : L'Aube de la Démocratie du Parti Sahwanya FRODEBU ; Le Carrefour des Idées du Parti UPRONA ; La Nation du Parti PARENA (Parti majoritairement Tutsi) ; L'Etoile du Parti PARENA ; Le Miroir du Parti Sahwanya FRODEBU ; L'Eclaireur du Parti Sahwanya FRODEBU ; Le Témoin Nyabusorongo du Parti Sahwanya FRODEBU (Ntiyanogeye, 2008, p.42, 60 -61) ;

Entre les actions du CNC, se trouvent aussi celles qui dérivent des événements du mois d'avril 2015. Le CNC a pris une décision de suspendre pas mal de médias auxquels il reprochait d'avoir failli à leur mission de préservation de la cohésion sociale en diffusant des informations portant atteintes à la sécurité publique. En 20 février 2016, le CNC a procédé à la réouverture de deux radios privées : La Radiotélévision Rema et la Radio Isanganiro, et le 26 avril 2016, il a procédé à la réouverture d'une radio privée : La Radio Humuriza FM.

4.2.3. L'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT)

L'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité juridique et d'un patrimoine propre qui régule et contrôle les télécommunications au Burundi. L'ARCT est sise à Bujumbura et a été créée en 1997 par le Décret n°100/182 du 30 septembre 1997, mais elle a commencé ses activités en Juin 1998. L'ARCT est un établissement Public à caractère Administratif jouissant de la personnalité juridique et de l'autonomie de gestion, chargée d'assurer la surveillance du secteur des télécommunications.

En ce qui concerne la radio, il s'occupe entre autres services, d'allouer les fréquences et gérer le spectre radioélectrique ; d'octroyer des licences d'exploitation de liaisons, de réseaux privés indépendants; de donner des avis techniques au Gouvernement pour les autorisations d'exploitation de services

marchands ; d'établir, à l'intention du Gouvernement, les contrats d'autorisation d'exploitation et les redevances pour les licences d'exploitation avec les opérateurs ; de veiller à ce que les accords d'interconnexion respectent les normes techniques, les exigences de qualité¹⁰¹.

L'Agence a pour mission d'assurer le contrôle et la régulation du secteur des télécommunications et de faire respecter la réglementation y relative. Cette mission peut être subdivisée en trois grands groupes : Le premier groupe renferme les actions relatives au contrôle ; le second groupe est composé par les activités en rapport avec la régulation du secteur des TIC, et le troisième groupe comprend les actions portant sur le respect de la réglementation¹⁰². De plus, L'ARCT « délivre les autorisations d'utilisation de fréquences aux opérateurs de multiplex et de distribution de signaux pour permettre le multiplexage et la diffusion de contenus audiovisuels par voie hertzienne en mode numérique » (Décret n°100/02 du 07 janvier 2014, Chap. 4, art. 9).

L'ARCT ¹⁰³accomplit sa mission à travers ses trois directions : La Direction Technique de l'ARCT fait la gestion du service des affaires juridiques ; celle du service de la gestion du spectre des fréquences ; et celle du service de l'agrément et du contrôle des terminaux¹⁰⁴.

¹⁰¹ <http://www.arct.gov.bi/index.php/a-propos-de-nous> [visité le 23 juillet 2016]

¹⁰² <http://www.arct.gov.bi/index.php/a-propos-de-nous> [visité le 23 juillet 2016]

¹⁰³ L'Agence comprend le Conseil d'Administration, une Direction Générale et deux autres Directions à savoir : La Direction Technique et la Direction de la Régulation Economique, des Finances et des Ressources Humaines. Le Conseil d'Administration de l'ARCT est composé d'un représentant du Ministre ayant la Défense Nationale dans ses attributions ; un représentant du Ministre ayant les Télécommunications dans ses attributions ; un représentant du Ministre ayant les Finances dans ses attributions ; un représentant du Ministre ayant la Sécurité publique dans ses attributions ; un représentant du personnel de l'Agence, élu par ses pairs ; une personne choisie en raison de sa compétence particulière dans les domaines technique, juridique ou économique relevant du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication et le Directeur Général de l'Agence, qui est le secrétaire du Conseil (<http://www.arct.gov.bi/index.php/a-propos-de-nous> [visité le 23 juillet 2016]).

¹⁰⁴ <http://www.arct.gov.bi/index.php/a-propos-de-nous> [visité le 23 juillet 2016]

Depuis juin 1998, période de commencement de ses activités, l'ARCT a réalisé plusieurs actions dont nous pouvons citer quelques unes en matière de radiodiffusion :

- la collecte et de la publication des statistiques du secteur TIC au Burundi ;
- l'élaboration et publication de diverses procédures pour l'obtention de licence et autorisation telle que celle de demande d'autorisation d'exploitation d'une station de Radiodiffusion sonore et Télévisuelle ;
- l'élaboration et publication de fiches variées entre autres celle de plainte en cas de brouillages et celle décrivant le matériel de communication soumis à l'agrément ;
- l'élaboration et publication des différents formulaires comme celui de demande de licence pour la mise en place des infrastructures de télécommunication au Burundi ;
- la mise à la disposition des intéressés les textes législatifs et réglementaires sur lesquels elle se base dans l'accomplissement de ses missions telles que les ordonnances, les Décrets et les lignes directrices.

4.3. AGENTS PRIVÉS PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

Ces agents sont essentiellement des organisations et associations professionnelles intervenant dans le développement des médias audiovisuels en leur apportant un appui dans divers domaines. Entre, dans le groupe de ces agents, les organisations et associations professionnelles nationales, régionales et internationales.

Les organisations et associations professionnelles nationales en matière de communication sont nombreuses et toutes se donnent sans réserve pour le développement de la communication audiovisuelle. Ces organisations « s'inscrivent généralement dans la promotion de la liberté de la presse et la défense des intérêts des professionnels des médias » (Banteye, 2005, p.4) Dans la suite nous allons voir l'Association Burundaise des Journalistes (ABJ) et ainsi analyser son apport dans la communication audiovisuelle.

4.3.1. L'Association Burundaise des Journalistes (ABJ)

Dans le but de développer le secteur des médias et de la communication en général et de promouvoir la liberté de la presse et défendre les intérêts des professionnels des médias en particulier, les journalistes Burundais se sont mis ensemble pour mettre en place un cadre pouvant leur permettre d'atteindre à leur objectif. C'est ainsi qu'a été créée l'ABJ.

L'Association Burundaise des Journalistes (ABJ) a son siège social à Bujumbura. Elle a été créée en mai 1990 et elle s'est fixée les missions à accomplir comme tout système social d'action. Elle est « le garant de l'éthique et de la déontologie des médias et à ce titre, dépositaire du code de déontologie de la presse Burundaise » (Banteye, 2005, p.4).

L'Association Burundaise des Journalistes (ABJ) s'est attribué les missions suivantes : Lutter pour la liberté de la presse et de l'information ; défendre le droit du public à une information vraie, honnête et complète ; défendre et protéger les journalistes dans l'exercice de leur profession ; promouvoir la paix sous toutes ses formes au Burundi et dans le monde ; mettre en valeur la culture et l'identité nationale ; promouvoir l'avènement d'un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (Ntiyanogeye, 2008, p.70).

L'ABJ n'a pas fait grand-chose pour atteindre tous les objectifs qu'elle s'était fixée suite au manque de moyens et de soutien. Malgré ces lacunes, l'ABJ a pu réaliser une action la plus importante dans l'histoire de la promotion de la liberté de la presse et de la défense des intérêts des professionnels des médias. Ainsi, il appartient à l'ABJ l'élaboration d'un Code d'éthique et de Déontologie de la presse Burundaise qui a été adoptée par 230 journalistes en 1993. Ce code a été actualisé en février 2004 et comportait les droits et les devoirs à la différence du premier qui ne comprenait que des les devoirs uniquement¹⁰⁵.

¹⁰⁵ <http://www.maisondelapresse-burundi.org/OPB/VALIDATION-DU-CODE-DE-DEONTOLOGIE-JOURNALISTIQUE-ET-DES-STATUTS-DE-LOPB/> [Visité le 26 juillet 2016]

Outre les organisations professionnelles déjà vu en haut, bien d'autres associations professionnelles comme l'Association Burundaise des Radiodiffuseurs (ABR) apportent une main forte au développement du secteur des médias et de la communication.

4.3.2. L'Association Burundaise des Radiodiffuseurs (ABR)

Association Burundaise des Radiodiffuseurs (ABR), représente les Radiodiffuseurs Burundais dans plusieurs domaines. Comme toutes autres associations professionnelles, elle participe au développement du secteur des médias et de la communication, généralement en offrant aux diverses radios des services en rapport avec la formation ou la défense des intérêts, spécialement les intérêts d'ordre juridiques.

L'ABR est une association ayant un statut privé. Son siège social se trouve à Bujumbura. Elle a été créée sur base du décret-loi du 18 avril 1992 régissant les associations à buts non lucratifs (Nzeyimana, 2002). Elle est venue comme une solution à certains problèmes que vivaient les différentes radios Burundaises. Considérée comme le porte-voix des entreprises de presse radio au Burundi, l'ABR a été créée en 2003 par des radios Burundaises grâce à l'appui de l'Institut Panos Paris (IPP) (Shukuru, 2010)¹⁰⁶. Ces radios avaient deux objectifs principaux : Se doter d'un outil représentant leurs intérêts et assurant la promotion de la radiodiffusion auprès de la population, des institutions nationales, des partenaires nationaux et internationaux. Elle s'adresse à toutes les radios Burundaises tant publiques que privées, associatives ou confessionnelles à conditions qu'elles soient membres de l'Association. Les membres de l'ABR sont au nombre de 11. Parmi lesquels nous pouvons distinguer la Radio Bonesha FM, la RPA, la Radio Culture, la Radio Isanganiro, la Radio renaissance FM et Radio CCIB FM+ (Ntiyanogeye, 2008, p.79).

Pour valoriser son existence, l'ABR s'est attribué les missions à accomplir à savoir : Concourir au développement de la radiodiffusion au Burundi ; assurer à

¹⁰⁶http://www.memoireonline.com/10/13/7509/m_Presse-et-organe-de-regulation-au-Burundi-contribution-a-une-analyse-critique-de-la-relation-entre17.html [visité le 26/07/2016]

ses membres une représentation efficace, notamment auprès du Gouvernement ; représenter la radiodiffusion Burundaise auprès des organisations internationales dans le but de l'amélioration des capacités de production et de diffusion ; assurer un lobby constant auprès des acteurs nationaux et internationaux impliqués dans la radiodiffusion dans le but d'offrir au paysage radiophonique burundais un cadre de travail et d'expression le plus professionnel possible (Shukuru, 2010).

L'activité la plus louable réalisée par l'ABR¹⁰⁷ a été la création du Centre de Ressources Audiovisuelles (CERA) en juillet 2008 pour répondre aux défis techniques auxquels sont confrontés les diffuseurs¹⁰⁸.

Dans la même logique d'analyser l'apport des différentes associations professionnelles dans le développement du secteur des médias et de la communication, passons à l'étude de l' Union Burundaise des Journalistes (UBJ).

4.3.3. L'Union Burundaise des Journalistes (UBJ)

L' Union Burundaise des Journalistes (UBJ) a été fondée sur base de la Constitution de la République du Burundi, de l'Arrêté Loi n°001/31 du 07 juillet 1993, portant révision du Code du Travail, de la nécessité de mettre sur pied un Syndicat rassemblant des journalistes professionnels et assimilés, tant de la presse publique que privée et sur plusieurs autres considérations comme il est visible dans les Statuts de cette dernière.

L'UBJ a été créée par les journalistes professionnels et assimilés dans leur Assemblée constituante du 03 octobre 2009. L' UBJ est un Syndicat des

¹⁰⁷ L'ABR est ainsi faite: son assemblée générale constitutive a élu le directeur de CCIB FM+, Jean-Jacques Ntamagara comme représentant légal et Président de l'association. Les autres membres du comité exécutif sont: Vice-président: Alexis Sinduhije, à ce moment, directeur de RPA; Secrétaire: Déo Nkuzimana, directeur de Radio Culture; Secrétaire-adjoint: Emmanuel Nsabimana, rédacteur en chef de la RPA; Trésorier: Corneille Nibaruta, directeur de RSF Bonesha FM; Trésorier-adjoint: Jeanne Nahigombeye, à ce moment, directrice de Radio Isanganiro(http://www.mediafrica.net/ComAfr_Display.asp?Id=14702&Op=View, [visité le 26 juillet 2016]).

¹⁰⁸ http://www.mediafrica.net/ComAfr_Display.asp?Id=14702&Op=View [visité le 26 juillet 2016]

journalistes professionnels et assimilés qui a été créé pour une durée indéterminée et comme c'est le cas pour les autres syndicats, l'UBJ est une organisation sans but lucratif (Statuts de l'UBJ, Chap. 1, art. 1 et 2, alin.b). Le siège de l'UBJ est localisé à la Maison de la Presse du Burundi se trouvant à Bujumbura.

Pour mieux réaliser ses activités, l'UBJ s'est fixée un objectif global qui est celui de traiter des sujets liés au syndicalisme et à la pratique de la profession journalistique (Statuts de l'UBJ, Chap. 1, art.2, alin.a). Egalement, l'UBJ a élaboré une liste des objectifs qu'elle a dénommé « objectifs principaux » : Protéger et renforcer les droits et les libertés des journalistes et assimilés, tant de la presse publique que privée ; Encourager les medias à défendre la liberté de la presse et la justice sociale, l'indépendance du journalisme, spécialement à travers des activités de contrôle des violations des droits des journalistes ; Défendre la liberté de la presse et d'expression ; Edicter les règles de déontologie professionnelle et s'assurer de leur application ; Améliorer et défendre les conditions socioprofessionnelles de tous les journalistes professionnels et assimilés et militer pour la conclusion d'une convention collective sur les droits et devoirs des journalistes et assimilés ; etc (Statuts de l'UBJ, Chap.2, art.3). Pour mener à bien ses activités, l'UBJ a réparti les tâches entre ses différents organes (Statuts de l'UBJ, Chap. 4 art. de 28 à 35).

Les organes de l'UBJ sont : L'Assemblée Générale ; le Comité Exécutif et le Comité de surveillance. Les Commissions techniques sont désignées par le Président de l'UBJ en collaboration avec les organisations des professionnels des médias. (Statuts de l'UBJ, Chap.5, art. 12, 13, 21- 25 ; Chap. 6, art. 30). Signalons que les Présidents des commissions font partie intégrante du Comité Exécutif de droit. L'UBJ se dote d'une assistance technique d'un Secrétaire Exécutif du Syndicat (Statuts de l'UBJ, Chap.6, art. 30).

Les activités de l'UBJ s'inscrivent dans le contexte de l'appui à une démocratie pluraliste et aux droits fondamentaux de la personne humaine comme le souligne l'article 2 du premier chapitre des statuts de l'UBJ. Parmi les activités réalisées par l'UBJ, nous pouvons distinguer les activités suivantes :

- En janvier 2014, saisi la Cour de justice de la Communauté d’Afrique de l’Est pour contrer une loi sur la Presse qu’elle jugeait liberticide¹⁰⁹ ;
- le 19 avril 2014, l’UBJ, très préoccupée face à la recrudescence des menaces orchestrées pendant cette période par certaines autorités contre les journalistes en général et Alexis NIBASUMBA, correspondant de la radio privée Bonesha FM à Rumonge, Alexis NKESHIMANA de la même radio à Bubanza, Eloge NIYONZIMA de la RPA (privée) à Bubanza, en particulier, interpelle le CNC qui a dans ses attributions constitutionnelles la régulation des médias de s’acquitter de sa tâche et le 17 décembre 2014, elle a condamné l’emprisonnement injuste d’Eloge NIYONZIMA, correspondant de la RPA à Bubanza ¹¹⁰;
- du 01 février au 10 mai 2015, l’UBJ a réalisé un projet intitulé : « Renforcement de capacités des journalistes en matière électorale ». Le but de ce projet était d’améliorer les connaissances de 30 journalistes en matière de couverture médiatique des élections (Entretien avec un cadre de l’UBJ, le 06 septembre 2016).

Certainement que les autres associations comme l’Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.JO.) participe dans la promotion du secteur des médias et de la communication.

4.3.4. L’Association des Femmes Journalistes du Burundi (AFJO)

L’Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.JO.) se distingue des autres Associations professionnelles ci- haut analysées car à l’instar du développement du secteur des médias et de la communication, elle s’occupe d’autres domaines comme la défense et la promotion du sexe féminin, la

¹⁰⁹ <http://www.rfi.fr/mfi/20140124-burundi-journalistes-liberte-ubj-presse-constitution/> [visité le 05octobre 2016]

¹¹⁰ <http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/576/> [visité le 05octobre 2016]

promotion de l'éducation à la paix, à la démocratie, à la tolérance et au respect des droits de la personne humaine et bien d'autres comme nous allons le voir.

L'Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.JO.) ayant son siège social à Bujumbura a été créée en novembre 1996 par 26 femmes/filles journalistes et a été agréée par l'Ordonnance Ministérielle n° 530/094 du 26 février 1997. L'A.F.JO. est une Association sans but lucratif qui a été créée pour une durée indéterminée. Son siège social se trouvant à Bujumbura peut être transféré en toute autre localité du territoire Burundais sur décision des 2/3 des membres de l'AG (Statuts de l'A.F.JO., Chap. 1, art.1-3). A sa création, l'A.F.JO. ne comptait que 26 membres comme nous venons de l'indiquer, puis, ce nombre a évolué dans le temps et a passé de 26 à 82 au début de 2015. En décembre 2015 l'A.F.JO. était composée par une centaine de membres (A.F.JO., Rapport annuel 2015, décembre 2015, p.3). Signalons que les membres constituant l'A.F.JO. proviennent de la presse Publique et privée et de tous les médias confondus ; c'est-à-dire des médias écrits et audiovisuels.

L'A.F.JO. vise à une société où la femme jouit pleinement des droits sociaux, culturels, économiques et politiques. Pour construire cette société dans laquelle le rôle et la valeur de la femme sont considérés sans préjugés afin qu'elle occupe la place qui lui convient, l'A.F.JO s'est donnée la mission que nous allons voir dans le point suivant.

Pour que sa vision soit une réalité, l'A.F.JO. s'est donnée la mission de défendre et promouvoir la place et les droits des femmes et des filles Burundaises en général et ceux des femmes et filles journalistes en particulier, à travers les médias, dans le but de contribuer à leur plein épanouissement et à un développement équitable et durable de la société Burundaise. Pour accomplir sa mission, l'A.F.JO. s'est fixée les objectifs principaux à suivre : Sensibiliser les membres de l'association à prendre plus conscience du rôle positif que doit jouer la femme journalistes dans la société ; favoriser l'amélioration des connaissances des femmes journalistes par l'information, la formation et le perfectionnement professionnels ; défendre et protéger ses membres dans l'exercice de leur profession en vue de promouvoir la liberté de la presse ; sensibiliser la femme

burundaise à s'intéresser à l'actualité tant nationale qu'internationale afin de mieux s'informer et se cultiver ; etc. (A.F.JO., Chap.2, art.4). A partir de ces objectifs et chaque année, le Secrétariat Exécutif de l'Association élabore un plan d'action triennal axé sur six objectifs considérés comme objectifs stratégiques de l'Association (A.F.JO., Rapport annuel 2015, 2015, p.4).

Les organes de l'AFJO¹¹¹ sont : L'Assemblée Générale ; le Comité Exécutif ; les Commissaires aux comptes et le Secrétariat Exécutif (Statuts de l'Association des Femmes Journalistes du Burundi, Chap. 4, art. 11, 12, 13,15 et 16.

Pour bien mener ses activités, l'A.F.JO., a adopté six axes d'intervention en se basant sur les objectifs stratégiques, lesquels ont été élaborés à partir des objectifs généraux de l'Association. De ces objectifs l'A.F.JO. s'est décidée de suivre six axes d'intervention pour lui servir de trajectoire. Ces axes sont ci-après : Axe 1 : Formation ; Axe 2 : Production médiatique pour et par la femme ; Axe 3 : Plaidoyer et communication pour améliorer l'image et la place des femmes dans les médias ; Axe 4 : Technologie de l'information et Communication (TIC) ; Axe 5 : Partenariat et cadre d'échange ; Axe 6 : Développement institutionnel et organisationnel. Elle a réalisé de nombreuses activités qui indirectement a aidé le secteur féminin de la radio au Burundi. (A.F.JO., Rapport annuel 2015, décembre 2015, p.5-14) :

L'organisation que nous allons analyser dans la suite de ce travail, est une structure de coordination ayant pour mission de fédérer toutes les associations œuvrant dans le secteur des médias, de développer des synergies au sein des Organisations des Professionnels des Médias (OPM) pour accroître l'impact de leurs actions et de canaliser et coordonner les différentes initiatives concourant au renforcement des capacités des médias. Cette organisation est la Maison de la Presse du Burundi (MPB).

¹¹¹ Soulignons que la composition du CE doit tenir compte de la représentativité des médias tant publics que privés et qu'il a un mandat de deux ans renouvelables une fois et est élu par l'Assemblée Générale conformément à l'article 15 de ses statuts. A côté du Comité Exécutif, il y a un Commissariat aux comptes. Ledit commissariat est formé par trois personnes dont : La Président ; Vice-présidente et un Membre

4.3.5. La Maison de la Presse du Burundi (MPB)

Organisation fédérale de toutes les associations œuvrant dans le secteur des médias, la Maison de la Presse du Burundi a été choisie par les mêmes Associations dans le but de restructurer les Organisation des Professionnels des Médias (OPM). Cette dernière est considérée comme un lieu d'échanges et de réflexion, de formation et de perfectionnement des journalistes.

La Maison de la Presse du Burundi est une Association sans but lucratif (ASBL), ayant son siège social à Bujumbura-Burundi. Créée en 1996 grâce à l'appui de l'UNESCO (Ntiyanogeye, 2008,71), la Maison de la Presse du Burundi (MPB) a été agréée par l'Ordonnance Ministérielle n°530/040 du 20 janvier 1997 et a été inaugurée le 14 Mai 1997. Le 5 mai 2007, lors de la célébration de la Journée Internationale de la Liberté de la Presse, le Gouvernement du Burundi a officiellement remis à cette Association le titre de propriété de la maison dans laquelle elle exerce ses activités aujourd'hui.

Comme nous l'avons déjà signalé, le choix de la Maison de la Presse du Burundi (MPB) comme organisation fédérale des OPM est né des mêmes organisations grâce à l'initiative prise par cette dernière d'organiser une table ronde dans l'intention de fortifier la position des professionnels des médias dans l'accomplissement de leur mission, après avoir remarqué la recrudescence des associations des journalistes avec un seul objectif : Servir la cause professionnelle. La vision de la Maison de la Presse est d'être une organisation fédérative d'appui aux médias et organisations professionnelles du Burundi et servir de centre ressource répondant aux besoins réels de renforcement des capacités des journalistes. Pour répondre aux besoins des OPM, la Maison de la Presse du Burundi a pour mission de renforcer les capacités des médias, des organisations professionnelles de presse du Burundi, répondre aux besoins de formation, de documentation des professionnels de l'information, promouvoir la circulation de l'information et les échanges entre journalistes et professionnels de la communication, promouvoir la liberté de la presse, la solidarité professionnelle, le pluralisme et l'indépendance des médias¹¹².

¹¹² <http://www.maisondelapresse-burundi.org/formation/> [visité le 25 juillet 2016]

Afin d'accomplir sa mission, la MPB s'est fixée les objectifs à atteindre. Il s'agit principalement de : Promouvoir la solidarité entre journalistes en servant de lieu de rencontre ; Promouvoir la liberté de la presse, le pluralisme et l'indépendance des médias ; Favoriser la communication entre le public et la presse ; Servir d'appui à la formation et au perfectionnement des journalistes ; Renforcer les capacités de production des médias ; Promouvoir la circulation de l'information et les échanges entre journalistes et professionnels de la communication et Créer un espace de liberté pour les journalistes.

Les réalisations de la MPB¹¹³ se centrent sur la Formation. Dans ce cadre, des séminaires – ateliers de formation sont organisés en faveur des journalistes pour leur permettre de s'approprier les réflexes minima permettant la pratique d'un journalisme responsable et respectueux dans des limites légales et morales de la profession. Cette formation intègre des éléments sur la culture citoyenne à travers des sessions de formation sur les différents aspects de l'activité¹¹⁴ des journalistes.

Dans le cadre d'un appui logistique, la MPB abrite : Le Centre de Recherche Audiovisuelle (CERA) ; l'Observatoire de la Presse au Burundi (OPB) ; l'Union

¹¹³La MPB est constituée par les organes suivants : **L'Assemblée Générale** : Elle est l'instance suprême de l'association et est composée par les membres des CE des OMP ; **Le Conseil d'Administration** : Le Conseil d'Administration est composé de 5 membres élus en AG et a le rôle de suivre de près le fonctionnement de la MPB ; **Le Comité Exécutif** ; **La Direction de la Maison de la Presse** : Elle est assurée par un Directeur recruté sur appel à candidatures par le Comité Exécutif. Le Directeur est chargé d'élaborer et exécuter des programmes et projets, de coordonner les activités et de mobiliser les financements ; **Les Commissaires aux Comptes** : Ils ont la responsabilité de vérifier la comptabilité une fois par semestre, ainsi que la régularité des opérations et la qualité de la gestion.

¹¹⁴Séminaires sur : la défense de la liberté de la presse et développement de la solidarité professionnelle ; le renforcement des capacités des médias pour servir de « chiens de garde » de la démocratie et le renforcement des capacités des médias et associations professionnelles. Différentes Formations ont été réalisées par la MPB dans le but de renforcer les capacités des médias et les associations professionnelles en collaboration avec le Centre de Formation des Médias (CFM). Ainsi, les formations sur le montage Vidéo et la sonorisation et sur l'expression écrite et orale ont été organisées au mois de juillet 2013.

burundaise des journalistes (UBJ) ; l'Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.J.O.) ; L'Organisation des Médias de l'Afrique Centrale (OMAC). Cette dernière organisation à vocation régionale y organise aussi des activités de monitoring de tous les médias audiovisuels émettant sur le sol burundais ; le Programme d'Appui Commun aux Médias (PACAM) et le Centre de Formation des Médias (CFM). Nous ne pouvons clôturer ce point concernant les activités réalisées par la MPB sans parler de l'appui qu'elle a apporté au PACAM 2 en offrant des formations aux professionnels des médias dans le but de renforcer leurs capacités.

Bien d'autres organisations professionnelles travaillent pour la cause du développement du monde médiatique. Voyons l'apport de l'Observatoire de la Presse Burundaise (OPB) dans le secteur des médias et de la communication au Burundi.

4.3.6. L'organe d'autorégulation : Observatoire de la Presse Burundaise (OPB)

Jusqu'à l'heure actuelle, l'unique organe d'autorégulation ayant le privilège d'être reconnu est l'Observatoire de la Presse Burundaise, "OPB" (Conseil National de la Communication, Répertoire des organes de Presse et des Organisations œuvrant avec les médias au Burundi, le 30 juin 2015).

Même à la simple lecture du slogan de cet organe : « Ensemble pour une presse libre, pluraliste, professionnelle et responsable ! » (<http://opb-burundi.org/> [visité le 08/09/2016]), n'importe qui peut se donner l'image et le rôle de cette dernière dans le monde médiatique Burundais. L'Observatoire de la Presse Burundaise (OPB) a son siège social à la Maison de la Presse du Burundi sise à Bujumbura. Il est l'unique organe reconnu par le Gouvernement du Burundi comme organe d'autorégulation (CNC, 30 juin 2015).

Certainement que l'excellent désir de création de l'OPB existait dans les pensées de plusieurs professionnels des médias tant publics que privés. Ceci, parce que ledit désir avait été énoncé lors des Etats Généraux de la communication tenus à Bujumbura en décembre 2001. Egalement, ce même souhait a été formulé en décembre 2003 à l'occasion de la célébration de la journée Africaine de l'Information (Ntiyanogeye, 2008, p.72). Mais ce vœu a été exprimé par ces derniers le 27 février 2004, lors de la révision du Code d'éthique

et de déontologie de la presse Burundaise. A cette occasion, ils ont manifesté ce désir de la mise en place d'un cadre en faveur d'une presse qui garantit à la fois la liberté de la presse et la responsabilité des médias pour informer le public d'une manière correcte, équilibrée, impartiale, rigoureuse et neutre (Sunzu, 2009, p.30).

Le proverbe Kirundi dit ceci : « Ico umwana w'umwami ariyire arakironka. » pour dire que « Rien n'est refusé au prince ou à la princesse ». Ainsi, leur vœu est devenu une réalité, l'OPB, instance d'autorégulation a été créée fin 2004 par l'Assemblée Générale des Associations professionnelles des medias (Ntahe, 2014, p.49), répondant à cet effet aux diverses préoccupations maintes fois exprimées par tous les professionnels des médias. Signalons que l'Institut Panos Paris (IPP) a apporté son appui dans la mise en place et le démarrage de l'OPB (Ntiyanogeye, 2008, p.79).

Puisque la déontologie est moins obligeante que la Loi, les infractions contre cette dernière ne sont pas sanctionnées par des tribunaux dont le rôle est de prononcer différentes peines comme l'emprisonnement, le paiement d'amendes ou des dommages et intérêts, mais le sont par des organes internes. Ainsi, c'est à l'OPB qu'appartient le rôle de faire respecter les règles ordonnées par le Code de déontologie (Ntahe, 2014, p.49). Les statuts régissant le fonctionnement de l'OPB ont été amendés par l'Assemblée Générale de cette dernière le 10 octobre 2014. Les missions principales de l'OPB sont ci-après :

Contribuer à faire respecter, par les médias, le Code de déontologie de la presse, en suivant régulièrement le contenu des médias tant publics que privés ; Faire des observations et des recommandations pertinentes à l'endroit des journalistes et des médias qui s'écartent des règles de déontologie professionnelle, et faire rapport à l'Association Burundaise des Journalistes (ABJ) ; Participer activement à la défense et à la promotion de la liberté de la presse et du droit du public à l'information ; Assurer la fonction du tribunal des pairs ; Assurer le monitoring des médias ; Assurer la médiation entre les journalistes et leurs employeurs ; Mener des recherches sur l'état de l'évolution des médias ; Veiller à la sécurité des journalistes dans l'exercice de leurs missions ; Encourager les Journalistes, les organes de presse qui font preuve de professionnalisme ; Assurer la mission de dialogue social. (Ntahe 2014, p.49)

Pour suivre le contenu des médias, l'OPB se base sur les dispositions du Code de Déontologie de la Presse Burundaise. Pour que l'OPB puisse accomplir

sa mission d'une manière pratique et sans difficultés, une grille d'écoute et de lecture composée de 11 critères a été élaboré sur base de ce Code et adoptée par les représentants des professionnels des médias.

Ces critères ont été déterminés en se référant sur les fautes professionnelles les plus fréquentes observées dans la presse Burundaise. Ces critères sont : le déséquilibre dans le traitement de l'information, le mauvais traitement de l'information, la non séparation des faits et des commentaires, confusion entre l'information et la publicité, l'exagération des faits, le sensationnalisme à outrance, le recours à des méthodes déloyales pour accéder à l'information, l'incitation à la haine, à la révolte ou à la violence, l'apologie du crime, l'incitation à la division ethnique, régionale, religieuse, politique, l'atteinte à la réputation ou à la dignité, diffamation, les calomnies et injures, l'atteinte aux bonnes mœurs, l'atteinte à l'esprit de confraternité et le plagiat (Ntahe, 2014, p.50).

L'OPB¹¹⁵ a pour organes L'Assemblée Générale composée de 17 membres choisis selon la répartition susmentionnée, et le Comité Exécutif composé de 5 membres élus, dont un Président jouant le rôle du Représentant Légal, un Vice-président qui devient son suppléant, un Secrétaire général et un Secrétaire général adjoint ainsi qu'un Trésorier.

Le comité Exécutif est épaulé dans ses activités par trois commissions techniques : La commission des radios, la commission de la presse écrite et des

¹¹⁵ Les membres de l'OPB proviennent de trois groupes différents : Les Associations professionnelles de journalistes ; les patrons de presse organisés ou non en Associations et la société civile (Statuts de l'OPB, art. 7). Remarquons que pour le respect de l'équilibre entre les concernés, ces membres sont représentés par les délégués de la manière suivante : 7 représentants des journalistes choisis par leurs pairs , 2 délégués des Associations professionnelles des médias regroupés au sein de la Maison de la Presse , 2 délégués des patrons des Agences de presse et des journaux , 2 délégués des patrons des radiodiffusions, 2 délégués des patrons des télévisions et 2 délégués de la société civile. Parmi les délégués représentant les patrons de presse il doit y avoir au moins un représentant de la presse publique (Statuts de l'OPB, art. 8).

Agences de presse et Web et la commission des télévisions (Statuts de l'OPB, art. 13, 18 et 27).

Les activités réalisées par l'OPB sont tirées dans un plan d'action qu'il conçoit chaque année. Ce dernier est élaboré sur des activités suivantes : Le renforcement des capacités de ses membres et des journalistes ; le suivi et évaluation de son programme ainsi que la promotion du Code de déontologie de la presse Burundaise, du droit du public à l'information et de la liberté de la presse en général. Voyons quelques activités réalisées par l'OPB.

- Entre ses actions, soulignons celles qui ont à voir avec la radiodiffusion :
- Le 08/05/ 2014 : L'émission intitulé : « La liberté de la presse s'arrache ! » (MPB, 2016) ;
- Le 03/09/2014 : Publication du Rapport Semestriel de Monitoring des médias : Période de novembre 2013 à avril 2014. Ce travail de monitoring a porté sur 6 radios à savoir : Bonesha FM, Isanganiro, RPA, Rema FM, Renaissance FM et la Radio Nationale¹¹⁶;
- Le 17/10/2014 : Validation du Code de Déontologie journalistique et des statuts de l'OPB¹¹⁷.

4.3.7 D'autres agents

4.3.7.1 L'Organisation des Médias de l'Afrique Centrale (OMAC)

L'Organisation des Médias de l'Afrique Centrale (OMAC) est une organisation à vocation régionale, hébergée dans la Maison de la Presse du Burundi. Elle couvre une dizaine de pays dont le Burundi. Au Burundi, elle a été agréée par l'Ordonnance Ministérielle n°530/319 du 09 avril 2004 (MOMO, 2006, p.1). Elle édite des bulletins quotidiens d'information sur abonnement. Elle organise aussi des activités de monitoring de tous les médias audiovisuels

¹¹⁶<http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/validation-du-code-de-deontologie-journalistique-et-des-statuts-de-lopb/>. [visité le 26juillet 2016]

¹¹⁷<http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/rapport-semestriel-de-monitoring-des-medias-periode-de-novembre-2013-a-avril-2014/> [Visité le 26juillet 2016]

émettant sur le sol burundais¹¹⁸. C'est le cas du Monitoring fait sur 6 radios privées, la radio et la télévision nationales par le Centre de Monitoring des Médias au Burundi sur une période d'un mois (du 1er au 31 octobre 2006). L'OMAC s'est servi des résultats de ce monitoring pour analyser la représentation de la femme dans les médias Burundais (MOMO, 2006, p.3).

4.3.7.2. Le Centre de Formation des Médias (CFM)

Fondé en 2009 par la Maison de la Presse du Burundi, le CFM a le but de professionnaliser les journalistes en activité. Le CFM bénéficie l'appui de l'IPP qui se charge du paiement des honoraires des formateurs et des frais divers en rapport avec les formations (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p 137). Les objectifs spécifiques sont de « développer les compétences professionnelles des journalistes et des techniciens Burundais de la presse écrite, radiophonique, télévisuelle et multimédia pour favoriser la circulation d'une information régulière, complète, rigoureuse et utile à la population » (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 136). C'est dans ce cadre que le CFM « dispense des cours de formation générale (renforcer la culture générale), journalistique et de spécialisation thématique » (Nikundana in Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.136).

Les cours dispensés par le CFM se basent sur les thèmes de Justice, économie, santé, environnement, politique et culture et portent sur « la législation de la presse et déontologie professionnelle, les genres journalistiques, la collecte et sélection d'information, le journalisme d'investigation, le journalisme multimédia, l'histoire du Burundi et la Géopolitique des Grands Lacs, Médias et systèmes politiques en Afrique » (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p, 136). Les formations sont réparties sur des sessions de six mois chacune totalisant 300heures de cours. Depuis son existence, le CFM a déjà formé 134 journalistes et 100 techniques. Jusqu'aujourd'hui, le CFM est le seul organisateur de formations en cours d'emploi en faveur des journalistes et techniciens en fonction (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 136).

¹¹⁸ <http://www.maisondelapresse-burundi.org/presentation/> [visité le 25 juillet 2016]

4.3.7.3. Le Centre de Ressources Audiovisuelles Numériques (CRA)

Le CERA est l'un des projets de formation organisés par l'ABR en partenariat avec Panos Paris. « Au total, 41 sessions de formations ont été tenues dans le cadre du CERA et de juillet 2008 à décembre 2011, le CERA a formé 132 techniciens et journalistes » (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.135). En 2012, 145 journalistes et techniciens ont bénéficié de 15 sessions de formation sur différents thématiques, formation organisée par l'ABR grâce au projet CERA (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.136).

Il y a en d'autres organes qui n'ont pas une liaison directe avec la radiodiffusion mais qui peuvent les influencer. Il s'agit de Ligue des Droits de l'Homme (Iteka) et l'Observatoire de l'action gouvernementale (OAG).

Nous avons vu pas mal d'institutions et d'organisations professionnelles locales et régionales œuvrant avec les médias Burundais pour leur développement et nous avons vu l'apport de chacune d'entre elle en la matière. A continuation, nous allons analyser la part de chacune des organisations internationales dans le développement de ce secteur.

4.4. ORGANISATIONS DE COOPÉRATION INTERNATIONALE AU BURUNDI

Les organisations internationales travaillant pour le développement du secteur des medias et de la communication sont nombreuses, mais nous allons analyser quelques unes sur base de la pertinence de leurs activités.

4.4.1. Organisations des Nations Unies

4.4.1.1. UNESCO Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la culture

Le Burundi est membre de l'UNESCO, Organisation des Nations Unies spécialisées en Éducation et communication, depuis le 16 novembre 1962. Cette institution a participé dans le développement du secteur des médias et de la communication. Ainsi, en 1994, l'UNESCO a installé une maison pour la culture de la paix au Burundi (Ntiyanogeye, 2008, p.76). Ses activités portaient généralement sur le rôle des médias Burundais pour aider à ramener et à consolider la paix au Burundi.

Les médias Burundais, tant publics que privés ont relayé une série de séminaires qui ont été organisés à l'intention des enfants, des femmes, des adultes, des Bashingantahe sur le thème de la paix et de la réconciliation. À côté de ces séminaires, les médias ont été invités à des journées de réflexion sur le rôle du journaliste dans le rétablissement et la consolidation de la paix au Burundi.

À partir de 1997, l'UNESCO a soutenu le démarrage de la Maison de la Presse du Burundi et l'a accompagné pendant ses premières années de vie. Dans les années 2000, l'UNESCO s'est adaptée aux besoins et à l'évolution des médias en matière de recyclage et de formation. En 2005, l'UNESCO a contribué à la formation des journalistes pour la couverture des élections. En plus, cette organisation apporte un appui au CNC en particulier dans l'organisation des formations des journalistes¹¹⁹. D'autres organisations comme l'Union Européenne ont apporté leur appui au développement du secteur médiatique au Burundi.

4.4.1.2. Le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD)

Le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) appui le gouvernement du Burundi dans des domaines différents. En ce qui est du secteur des médias et de la communication, le PNUD a apporté un appui

¹¹⁹ <http://www.refram.org/membres/Burundi> [visité le 16 septembre 2016]

financier au CNC, généralement lors de la tenue en 2001 des Etats Généraux de la Communication¹²⁰.

4.4.2. L'Union Européenne (UE)

Tous les apports de l'Union Européenne (UE) ont été réalisés à travers le Programme Economique du Burundi (PREBU).

En 2005, le PREBU a accordé un appui financier à presque toutes les radios Burundaises, tant publiques que privées en vue de leur permettre d'approfondir certains sujets sensibles et controverses (Ntiyanogeye, 2008, p.80). Six thèmes ont été développés en synergie : Le phénomène de l'impunité au Burundi ; l'indépendance de la magistrature ; la femme face au droit de succession ; les problèmes fonciers dans certaines régions ; l'occupation des terres dans les centres urbains et semi-urbains ; les violences faites aux femmes.

L'Union Européenne a apporté un soutien au PACAM 1 dans la réalisation de ses activités durant la période d'une année allant du 1 octobre 2009 au 31 décembre 2010¹²¹.

Development Alternatives Incorporated (DAI) est une autre organisation qui a apporté son appui au développement du secteur des médias et de la communication.

4.4.3. Development Alternatives Incorporated (DAI)

Development Alternatives Incorporated (DAI) est une compagnie financée par de différents partenaires (agences de coopérations internationales, et des bailleurs divers) qui œuvre officiellement au Burundi depuis 2006. Ses activités étaient centrées sur la bonne gouvernance et le renforcement des capacités des collectivités locales.

¹²⁰ <http://www.refram.org/membres/Burundi> [visité le 16 septembre 2016]

¹²¹ <http://www.panosgl.org/projets> [visité le 05 aout 2016]

Depuis février 2007, DAI a appuyé le CNC pour organiser cinq sessions à l'intention des journalistes des médias publics et privés et des porte-paroles des cabinets ministériels (Ntiyanogeye, 2008, p.80). Le thème qui a été traité pour ces premières séries de formation était : « L'éthique, la déontologie et la responsabilité des médias ». Ces séminaires étaient centrés sur les points suivants : « le respect des normes déontologiques, le journalisme et ses dérapages, les limites légales et la protection des droits à l'information, le secret professionnel et la protection des sources, sources, collecte et traitement de l'information, les styles journalistiques, la responsabilité des médias, comment organiser un débat politique et vulgarisation de la loi sur le CNC et les conditions d'octroi de la carte de presse » et visaient les objectifs suivants :

Rappeler aux journalistes l'obligation de veiller constamment à l'application des règles d'éthique et de déontologie professionnelles ; Informer les journalistes sur le cadre légal en matière d'information et de la communication ; Renforcer les connaissances des jeunes journalistes en techniques de collecte, de traitement et de diffusion des informations ; Sensibiliser les journalistes sur le caractère de service public des informations. (Ntiyanogeye, 2008, p.81)

Le bilan de ces différentes sessions de formation donne plus de 200 journalistes formés en éthique et en déontologie et pas mal de jeunes journalistes qui ont appris les éléments de base de l'écriture journalistique.

Tous les intervenants dans le développement du secteur médiatique avaient le même but ultime, mais chacun présentait ces spécificités. A titre d'exemple, Planning And Developpment Collaborative International (PADCO) centrait ses activités sur la résolution pacifique des conflits et le développement.

4.4.4. Organisations Non gouvernementales internationales

L'apport des organisations suivantes est d'une importance capitale dans le développement du secteur radiophonique Burundais.

4.4.4.1. ONG américaine : Planning And Development Collaborative International (PADCO)

PADCO est une Organisation Non Gouvernementale Américaine qui a réalisé ses activités au Burundi entre 2004 et 2006 (Ntiyanogeye, 2008, p.79).

Ses actions étaient centrées sur la résolution pacifique des conflits et le développement. Les provinces cibles de PADCO étaient Gitega et Ruyigi et la résolution pacifique des conflits s'adressait généralement aux rapatriés et à ceux qui étaient sur place pendant les moments forts de crise.

Signalons que le volet développement centré particulièrement sur l'apprentissage des métiers a été médiatisé par les organes de presse Burundais publics et privés grâce à l'appui de PADCO. Dans cet ordre, cinq missions de la RTNB ont été appuyé par PADCO. Ces missions sont ci-après: « Ntunkumire (ne m'exclut pas) ; Rondera amahoro (A la recherche de la paix) ; N'abacu (ce sont les nôtres) et Mugona iki ? (quelles sont vos préoccupations). » (Ntiyanogeye, 2008, p.79). A côté de ces émissions, ont été organisées des descentes sur terrain des journalistes de la RTNB pour recueillir des diverses opinions de la population.

La radio Bonesha FM a également bénéficié de l'appui de PADCO dans certaines émissions et descentes sur terrain. En plus, PADCO a financé les déplacements des journalistes à l'intérieur du pays pour couvrir les activités en rapport avec la paix au Burundi et dans la sous-région. Cas du séminaire organisé en décembre 2004 à Bagamoyo en Tanzanie par l'IPP. Afin de participer dans ce séminaire, les journalistes de la RTNB et de la Radio Bonesha FM ont été pris en charge par PADCO.

La Coopération Belge aussi, s'est intéressé au développement du monde médiatique au Burundi et a apporté son soutien via l'Association « Kabondo ».

4.4.4.2. ONG belge : Kabondo

La Coopération Belge a réalisé ses activités à travers l'Association sans but lucratif « Kabondo ». Cette coopération a commencé en 2004 et était destinée à l'unique radio : la RTNB. Cette coopération s'est réalisée en trois grandes catégories : *La réhabilitation des bâtiments et l'installation de nouveaux équipements* : La radio nationale a été refaite particulièrement dans les services techniques et de montage. A la télévision nationale, le Gouvernement a appuyé financièrement la construction du bâtiment où l'ASBL « Kabondo » devait installer des équipements de montages et de visionnement ; *Le projet de numérisation de la radio et de la télévision, de la collecte à la diffusion des informations* : Du point de vue passage progressif du système analogique au système numérique, le projet de l'ASBL « Kabondo » était avancé au cours du premier semestre 2007 pour la radio comme pour la télévision, mais la diffusion étaient encore mixte (analogique et numérique.) ; *La formation* : La formation était centrée sur les secteurs de montage, de la réalisation et de la production, la rédaction de scénarios pour les films documentaires ainsi que la programmation et le captage des émissions qui doivent être diffusées à l'antenne. Le projet de L'ASBL « Kabondo » a pris fin le 30 juin 2007 (Ntiyanogeye, 2008, p.76).

Comme nous l'avons déjà indiqué, la Benevolencija a apporté un appui particulier au développement du secteur des médias et de la communication.

4.4.4.3 ONG Pays Bas :La Benevolencija

La Benevolencija apporte un grand soutien aux médias Burundais, mais son appui s'oriente généralement vers les medias privés.

La Benevolencija est une ONG du Pays-Bas œuvrant avec les médias Burundais et plus particulièrement avec les médias privés depuis 2008. Ces médias sont : la RPA, la radio Bonesha FM, Le Journal Iwacu, la radio Isanganiro, la radio Rema FM et la radio- télévision Renaissance.

La Benevolencija a la mission de prévenir les violences de masse à travers un programme dont l'objectif est d'apprendre à la population l'évolution du

conflit à la violence de masse pour que cette dernière puisse prévenir à ces conflits à temps. Pour accomplir sa mission, la Benevolencija s'est fixé deux objectifs à suivre : Assurer le pluralisme des médias burundais et professionnaliser les rédactions de 6 médias privés.

La benevolencija comprend cinq services qui sont organisés de la manière suivante: Chef de mission adjoint à Bujumbura- Burundi, Nestor Nkurunziza ; Service de théâtre radiophonique : production du feuilleton « Murikirukuri » et le sketch « Sorongora » ; Grassroots qui travaille avec la population local ; Early warning and prevention (service d'alerte précoce) qui fait le monitoring des messages et langage de la haine pour y apporter une réponse. Production d'une émission radiodiffusée appelé « Banza wibaze » ; Media support : La benevolencija soutient les médias sur 4 plans (appui organisationnelle ; financier ; technique et éditorial) (Entretien avec Nestor NKURUNZIZA, Chef de mission adjoint à Bujumbura-Burundi, 01 septembre 2016).

Les activités de la Benevolencija se sont basées sur les quatre plans et les objectifs ci- haut cités. Ainsi, elle a réalisé les activités suivantes (Entretien avec Nestor NKURUNZIZA, Chef de mission adjoint à Bujumbura-Burundi, 01 septembre 2016) :

- Appui organisationnelle : c'est notamment la sensibilisation des journalistes pour qu'ils travaillent sur bases des contrats car très peu de journaliste des médias privés ont des contrats, affilier les journalistes aux services sociaux (INSS, mutuelle etc), amener les médias à faire des rapports mensuels, aider à mettre sur pied des manuels de procédure, règlement d'ordre intérieur, payer les impôts etc. ;
- Appui financier : prise en charge d'une partie des salaires des journalistes des rédactions de certains médias privés comme Bonesha, Isanganiro , RPA , Rema, Iwacu et radio télévision Renaissance ; prise en charge des salaires chauffeurs et techniciens , prise en charge d'une partie des loyers des locaux , carburants pour le transport des journalistes etc tous cela dans l'optique de promouvoir le pluralisme des médias. Pour les deux premiers plans, les activités concernaient généralement la protection des médias et les journalistes. Ainsi : Les médias se sont organisés sur le plan financier, comptable, et légal: les contrats ont été signés pour les journalistes dans

plusieurs médias; les barèmes salariaux clarifiés ont été revus (RPA), les primes de motivation ont été accordées (cas de Bonesha); ont été opérés les paiements réguliers des journalistes et techniciens; ont été opérés les paiement régulier de l'IPR et de l'INSS; les rapports narratif et financiers ont été réalisés ;

- Appui technique : Toujours dans la promotion du pluralisme des médias, la Benevolencija a appuyé les achats des émetteurs, consoles, enregistreurs, ordinateurs etc destinés à certains médias privés pour que ces derniers puissent informer la population et puissent être informés de plusieurs sources au lieu de laisser le champ libre aux seuls médias gouvernemental;
- Appuis éditorial : coaching dans les services de rédaction au lieu des formations ordinaires. Le coaching rentre dans le processus de production des nouvelles ; c'est à dire depuis la conférence de rédaction, le choix des sujets et angle de traitement, la collecte des données, le traitement et la diffusion de l'information, tout cela dans l'objectif d'améliorer la qualité de l'information et la promotion du pluralisme des medias au Burundi.

Remarquons que les activités n'ont pas pu aller au bout parce qu'on a collaboré sur une période de 10 mois uniquement sur les 20 prévus avant que la crise d'avril-mai 2015 n'éclate (Entretien avec Nestor NKURUNZIZA, Chef de mission adjoint à Bujumbura-Burundi, 01 septembre 2016).

Depuis mai 2015, on fait presque essentiellement de l'appui financier de 7 millions par mois par média (sauf la RPA pour le respect de la loi régissant la Presse) pour assurer une survie des journalistes et des rédactions et un coaching assez limité. En plus, dans le but de savoir les répercussions de ses programmes de réconciliation diffusés par certaines radios Burundaises, la Benevolencija a appuyé la réalisation de plusieurs études (Frère et Fiedler, 2016, p.125). Ces études permettent également de faire une approximation sur l'audience de certaines radios.

Deutsche Welle Akademie est une autre organisation internationale qui a apporté son appui au développement du secteur des médias et de la communication.

4.4.4.4. *Search for Common Ground*

Search for Common Ground (SF CG) a initié le Studio Ijambo en 1995 (International Media Support , 2015, p.22), mais elle existe au Burundi depuis 1982 (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 113). SF CG a soutenu le processus de paix et de réconciliation au Burundi, renforcé les capacités des acteurs locaux pour aborder un large éventail des sujets sur les conflits, tels la justice transitionnelle, la réintégration des réfugiés, les conflits fonciers, les violences sexuelles et celles basées sur le genre et la manipulation des jeune. Le Studio Ijambo, qui a transformé le paysage médiatique du Burundi en formant les journalistes et en produisant les programmes d'information tournés vers les solutions constitue l'une des importantes ressources. La création du Studio Ijambo est l'une des activités les plus importantes réalisées par SF CG en matière la de communication. De surcroit, en vue de savoir si les transformations engendrées par la réception des émissions du Studio Ijambo afin d'évaluer ses programmes d'une manière interne, SF CG réalise des enquêtes permettant ainsi d'estimer l'audience de certaines radios (Frère et Fiedler, 2016, p.125).

4.4.4.5. *Institut Panos Grands Lacs (IPGL)*

Institut Panos Grands Lacs (IPGL) est le fruit d'un processus de responsabilisation et d'autonomisation entrepris par l'Organisation Non Gouvernementale, Institut Panos Europe (ex-Institut Panos Paris) envers ses bureaux d'Afrique centrale (RDC, Burundi et Rwanda) depuis 2009¹²².

L'Institut Panos Paris (IPP) est opérationnel au Burundi depuis 2002 avec comme objectif de favoriser un environnement médiatique permettant la diversité des sociétés contemporaines burundaises ou chaque communauté même la plus marginalisée peut exprimer son opinion, exercer son influence et participer aux débats publics locaux ou internationaux (Nindorera et al. 2013 : 134).

¹²²<http://www.panoseurope.org/content/qui-sommes-nous> [visité le 26 juillet 2016].

L'Institut Panos Grands Lacs (IPGL) est né de l'Institut Panos Europe, et a été créé le 1er mars 2014 par douze hommes et femmes de médias actifs en République démocratique du Congo, au Burundi et au Rwanda ; Pays des Grands Lacs¹²³. Son siège se trouve à Bujumbura pour le cas du Burundi.

Même si l'IPGL est une jeune association, son équipe bénéficie d'une solide expérience dans la gestion de projets concernant le développement des médias. Son objectif est mettre en œuvre des programmes de développement au Sud par le Sud et celui de la professionnalisation croissante des équipes en République Démocratique du Congo (RDC), au Burundi, au Rwanda et en Centrafrique dont les capacités respectives ont permis d'établir une relation de confiance avec les partenaires et les bailleurs de fonds. Jusqu'à aujourd'hui, l'IPGL travaille principalement au Rwanda, au Burundi et en République Démocratique du Congo¹²⁴.

La vision de l'IPGL est un monde dans lequel s'identifient des sociétés ouvertes, respectueuses des droits de la personne humaine et qui aspire à l'amélioration des conditions de vie des populations à l'intérieur du pays et entre eux, avec des flux libres et diversifiés d'information et de communication à travers des médias indépendants, responsables et pluriels. L'IPGL espère un monde en paix, plus juste, ouvert à la circulation des idées et dans lequel tous les citoyens sont responsables et entrent en compte dans la construction d'un environnement favorable à l'épanouissement et au bien-être collectif.

Pour accomplir sa mission, l'IPGL¹²⁵ privilégie le renforcement du pluralisme médiatique en Afrique centrale et l'encouragement à la production

¹²³ <http://www.panosgl.org/> [visité le 05 aout 2016]

¹²⁴ Idem

¹²⁵ Puisque l'IPGL est une organisation régionale, l'équipe qui la compose est constituée par les membres provenant des pays membres de la Communauté Economique des Pays des Grands Lacs (CEPGL) : (<http://www.panosgl.org/> [visité le 05 aout 2016]). L'équipe Burundaise est dirigée par Cyprien NDIKUMANA : Directeur General, en RDC, l'IPGL est représenté par Patrick BASINYIZE : Chargé d'Administration Finances et Logistique et au Rwanda, Jean Pierre UWIMANA: Chargé de Missions. Soulignons que le Conseil d'Administration de l'IPGL est composé de cinq membres dont le

d'une information diversifiée et de qualité pour permettre aux médias de contribuer plus efficacement aux processus de paix, de démocratisation et de développement.

Afin de mener à bien son action, IPGL a déterminé sa stratégie d'intervention dans le secteur des médias à travers six axes stratégiques complémentaires :

L'adaptation et l'application des cadres juridiques sur la presse et la régulation du secteur médiatique. Cet axe a pour objectif de promouvoir et préserver la liberté de la presse et, le droit du public à une information objective et équilibrée ;

La structuration du monde professionnel. Le but de ce second axe est de développer la solidarité professionnelle, défendre les droits et les intérêts des médias et garantir la responsabilité sociale des médias ;

Le renforcement de la viabilité et de l'indépendance des médias. Ce troisième axe vise la structuration des médias en véritables entreprises, tant publiques que privées et leur capacité à mobiliser des ressources pour assurer leur indépendance politique et économique leur permettant la production d'une information pluraliste et équilibrée ;

La professionnalisation des journalistes. Cet axe privilégie le renforcement des compétences des professionnels des médias, élément clé pour la production d'une information plus équilibrée, mieux documentée, plus respectueuse de la déontologie ;

Président, le Vice-président et trois administrateurs suivant la représentativité de chaque pays dans la Région sans oublier le représentant de l'IPE. Ces derniers sont : Président : Aggée Shyaka MUGABE, Docteur en Sciences politiques et Professeur à l'Université du Rwanda- Rwanda ; Vice-président : Charles NDAYIZIGA, Directeur du Centre d'Alerte et de Prévention des Conflits au Burundi (CENAP)- Burundi ; Administrateur : Barnabé NDAYIKEZA, Responsable de la communication FAO Burundi- Burundi ; Administrateur : Jolly KAMUNTU -RDC; Administrateur : Marie Soleil FRERE, Professeur à l'Université Libre de Bruxelles (ULB)-Belgique.

L'interaction entre médias, public et autorités publiques. Cet axe priorise la connaissance des acteurs de la société civile, des médias et des administrations et des élus pour permettre la tenue de débats publics de meilleure qualité ;

Les recherches. Ce dernier axe centre son intérêt sur la recherche en vue d'enrichir littérature pédagogique et scientifique sur les médias en Afrique Centrale afin de faciliter une documentation appropriée aux jeunes en formation ou aux chercheurs en la matière.

L'IPGL à seulement deux ans d'existence en tant qu'organisation Régionale pour les pays de la Communauté Economique des Pays des Grands Lacs(CEPGL). Cela étant, il importe de savoir que l'Institut Panos Paris (IPP) devenu Institut Panos Europe (IPE) en 2013, travaille avec les médias Burundais depuis tant d'années et a réalisé diverses actions qui méritent d'être cité dans notre travail. Avant de passer aux activités accomplies par Panos, nous vous rappelons que les réalisations de l'IPGL ne sont que la continuité des actions de l'IPP et de l'IPE, raison pour laquelle nous allons commencer par les actions de l'IPP et de l'IPE et après nous verrons celles de l'IPGL.

Signalons que les activités de l'Institut Panos Paris ont été centrées pendant les années antérieures à l'arrivée de Panos Grands Lacs, sur les quatre thèmes suivants : Gouvernance et Processus Electoraux ; Paix et Conflits ; Pluralisme Médiatique et Santé, VIH/SIDA.

Remarquons que certaines des actions de l'IPP étaient soit destinées au Burundi uniquement, soit aux pays d'Afrique Centrale et Orientale dont le Burundi fait partie, soit aux pays de la CEPGL et nous savons que le Burundi est l'un des membres de cette communauté. L'IPP effectué différentes études sur les medias comme celle portant sur l'audience dans les PGL en 2013.

Pour le Burundi, depuis 2003, l'IPP a appuyé financièrement un certain nombre de projets et programmes au Burundi et depuis 2004, l'IPP a appuyé la mise en place de l'équipe de monitoring et d'analyse des médias au CNC (Burundi).

En 2005, l'IPP a apporté un appui financier aux activités du centre de monitoring de l'Organisation des Médias d'Afrique Centrale (OMAC) installé à Bujumbura depuis 2005.

Durant la même année, l'IPP a appuyé la mise en place et le démarrage des activités de l'observatoire de la Presse Burundaise (OPB) et la création de l'Association Burundaise des Radiodiffuseurs (ABR).

Dans son plan d'appuyer les médias, l'IPP, en partenariat avec Search for Common Ground, la Benevolencija (Pays-Bas), Centre de Recherche et de formation pour la paix- Cerfopax (Burundi) a réalisé un Projet appelé : « Plan d'Action Commun d'Appui aux Médias (PACAM 1) du 01 octobre 2009 au 31 décembre 2010.

Dans le même ordre d'idée, l'IPP, a appuyé plusieurs initiatives portées sur la formation.

Quant à l'Institut Panos des Grands Lacs, une de ses actions est celle développée du 01 août 2015 au 31 décembre 2015, l'IPGL a développé un projet intitulé : « Renforcement de la Radio « Ijwi ry'Umukenyezi (RIU) ; la voix de la Femme » sur le thème : Gouvernance et Processus électoraux.

4.4.5 D'autres entités coopérantes

Fondation basée à Amsterdam.

Free Press Unlimited (FPU) travaille avec les chaînes de radio locales et les jeunes journalistes dans tout le pays depuis 2011 (Free Press Unlimited, 2016). L'une de ses activités consiste à produire les programmes populaires pour les jeunes. Depuis les mois d'avril et mai 2015, la sécurité de leur partenaire est leur principale préoccupation. Les journalistes, les activistes et bien d'autres qui se sont exprimés courent un grand risque. En collaboration avec les organisations internationales et les journalistes locaux, FPU étudie les possibilités de faire fonctionner les chaînes de radio ou des alternatives le plus rapidement possible, ainsi que de rechercher d'autres moyens pour informer les populations. Certaines

de ces radios qui étaient suspendues sont en activité comme nous l'avons déjà évoqué tandis que les autres attendent encore la nouvelle autorisation afin d'ouvrir de nouveau leurs portes.

Deutsche Welle Akademie

Deutsche Welle Akademie travaille au Burundi depuis 2008. Son travail a été interrompu suite à la crise de 2015 (International Media Support, 2015, p.22). Les détails de ses activités ont été retenus en raison des préoccupations sécuritaires. Mais nous savons que cette organisation a appuyé à la Radio « Ijwiry'Umukenyenzi (RIU) » (Entretien avec RUSUKU Isabelle, Directrice de la RIU en date du 15 avril 2016).

Autres organisations internationales

Et d'autres organisations internationales comme le Bureau Intégré des Nations Unies au Burundi (BINUB), le « United States Agency for International Development (USAID) », le « Department for International Development (DfID) », ont apporté leur appui au développement du secteur des médias et de la communication à travers le CNC. La Confédération Suisse agissant par l'intermédiaire de son Bureau de la Coopération Suisse au Burundi (BUCO, Bujumbura), l'Institut d'Etude du Développement Economique et Social (IEDES), UMR (Développement et Société « DS ») et l'Université Paris 1 ont participé dans la réalisation d'une étude sur l'Audit des médias effectuées par l'ABR en octobre de 2013.

4.5 PLAN D'ACTION COMMUN AUX MÉDIAS

Les perturbations à la veille des élections sont devenues un phénomène historique dans la vie politique des Pays en Voie de Développement (PVD) en général et du Burundi en particulier. Au Burundi la plupart de fois, ces perturbations sont en rapport avec les affaires de corruption et de malversations, les violations des droits de l'homme, l'instrumentalisation de la justice,

l'intimidation des journalistes, les différentes sanctions infligées aux journalistes et aux médias, etc.

C'est dans ce cadre que le Plan d'Action Commun Aux Médias (PACAM) s'est proposé de renforcer les capacités des médias burundais en période d'élections et d'appuyer les organes de régulation et d'auto-régulation pour lutter contre les discours ethniques pouvant envenimer les débats citoyens¹²⁶.

Le Plan d'Action Commun Aux Médias (PACAM) est un projet développé à l'aide de Search for Common Ground (États-Unis), la Blevolencija (Pays Bas), Insitut Panos (Europe), et Cerfopax (Burundi), avec le soutien de l'Union Européene. L'objectif principal de PACAM est d'aider le Burundi à mieux gérer et sortir de la période électorale. Il est hébergé dans la Maison de la Presse du Burundi sise à Bujumbura- Burundi. Depuis sa création, le Burundi a connu deux scrutins électoraux (2010 et 2015). Partant, nous distinguons PACAM 1 et PACAM 2.

PACAM 1

Le Plan d'Action Commun Aux Médias 1 (PACAM 1) s'est déroulé du 01 octobre 2009 au 31 décembre 2010. Ses activités étaient centrées sur le thème de « Gouvernance& Processus électoraux »¹²⁷. Durant cette période, PACAM 1 avait comme objectif de renforcer les capacités des médias Burundais en période d'élections et d'appuyer les organes de régulation.

Les bénéficiaires finaux de ce projet étaient toute la population burundaise dans ses différents segments et d'autres auditeurs étrangers qui accéderont à une information de qualité pouvant leur servir de base dans des activités similaires ou dans leurs travaux de recherche. Mais les groupes cibles du projet étaient : les journalistes des médias burundais ; les membres des organes de régulation (CNC) et d'autorégulation (OPB) et les agents des centres de monitoring du CNC et de l'OMAC.

¹²⁶ <http://www.panoseurope.org/projets/burundi-plan-daction-commun-dappui-aux-medias-pacam>, [visité le 26 juillet 2016]

¹²⁷ <http://www.panosgl.org/projets> [visité le 05 août 2016]

Pour la bonne marche des activités, PACAM 1 les a articulés en trois grands axes.

Le premier grand axe se rapportait à la régulation/ auto- régulation et comprenait trois activités : La première activité concernait l'organisation des formations à l'intention de l'instance de régulation en période électorale et 3 ateliers de formation ont été organisés sur les mécanismes de la régulation, sur l'élaboration d'un code de bonne conduite des médias et sur la gestion de la programmation en période électorale ; La deuxième activité visait le monitoring des médias et le traitement de plaintes. Partant, une formation a été organisée pour les agents de monitoring sur la collecte et l'interprétation des résultats électoraux ; La troisième activité était en rapport avec la campagne de sensibilisation à la responsabilité sociale des médias. Ainsi, six tables rondes ont été organisées par l'OPB ainsi qu'un coaching in situ avec un expert international.

Le deuxième Grand Axe visait les formations et, de même que le premier grand axe, il englobait trois activités : La première activité était une formation-conférence qui portait sur les médias, la propagande, la manipulation et les discours de la haine ; La deuxième activité était composée par deux ateliers qui concernaient la formation en connaissance et compréhension du Code électorale et autres textes ; La troisième activité était faite par de cours de formation/conférence sur les médias et légitimité démocratique, conférée par les élections.

Le troisième grand Axe, axe initié par Search for Common Ground portait sur les productions. Dans ce contexte, plusieurs productions et diffusions des émissions ont été réalisées à l'intention des auditeurs- électeurs. Nous pouvons citer la production d'une émission radiophonique hebdomadaire sur « Ntorere Kazoza / Votons pour le futur » : 48 émissions dont l'objectif était d'instruire les auditeurs sur comment les élections étaient organisées ont été réalisées et la production et diffusion des émissions « Isanganiro ry'Urwaruka / Le point de rencontre des Jeunes » : Production et diffusion, en partenariat avec la Radio Isanganiro. Dans ce cadre, 96 émissions dédiées à l'analyse des actualités du processus électoral ont été réalisées.

Le PACAM 2 envisage de renforcer les capacités des médias burundais dans la perspective de consolider le processus démocratique et cela, en dehors de toute période électorale.

L'accomplissement des activités du PACAM 2 s'est entendu sur une période d'une année, partant du 01 juillet 2013 au 01 juillet 2014. Ses activités étaient axées sur le même thème que celui du PACAM 1 parce qu'il s'inscrit dans la continuité du premier¹²⁸.

L'idée du PACAM 2 a été soutenue par les agents déjà cités, par des acteurs nationaux comme les Etats Généraux des Médias et de la Communication (EGMC) tenus à Gitega en date du 04-05 mars 2011.

PACAM 2 projette à soutenir le développement du secteur en dehors de toute période électorale dans le but de consolider le paysage médiatique aboutissant au renforcement du processus démocratique.

¹²⁸ <http://www.panosgl.org/projets/plan-daction-commun-dappuis-aux-medias-2-pacam-2>
[visité le 05 août 2016]

CHAPITRE V. STRUCTURE DE LA RADIO AU BURUNDI

Le cinquième chapitre est reparti sur 7 sections et offre les conditions de création et de fonctionnement de la radio au Burundi et présente toutes les radios qui constituent la structure de la radio au Burundi, donc tout l'univers radiophonique burundais. Le chapitre comprend les conditions de fonctionnement des médias audiovisuels au Burundi, le droit de créer une entreprise de communication ; l'analyse des radios publiques, commerciales, communautaires, confessionnelles et les étrangères, sur certains aspects dont les fondateurs, les lignes éditoriales, les contenus, etc.

5.1. L'ARTICULATION DU PLURALISME DE LA RADIO AU BURUNDI

L'articulation du pluralisme médiatique a été initié à partir de la libéralisation de la radiodiffusion en 1992, qui a subi plusieurs parenthèses provoqués par les conflits de 1993. Il y a eu plusieurs modifications. La dernière correspond à la Loi n°1/15 du 09 mai 2015¹²⁹. Donc les modalités de création et de fonctionnement des médias audiovisuels au Burundi, comme tous les autres médias Burundais dépendent de ce texte législatif régissant la Presse au Burundi. La régulation de la radiodiffusion implique aussi d'autres textes ; le Règlement d'Ordre Intérieur (ROI) du CNC, la Loi organique du CNC, le cahier des charges du CNC renfermant les conventions et engagements entre le CNC et les titulaires des organes, et le cahier des charges de l'ARCT englobant les conventions et

¹²⁹ La loi n°1/15 en a apporté plusieurs : La répression des délits de presse (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap. 7, art. 53-57) ; La protection des sources : « La protection des sources d'informations est reconnue et garantie » (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap. 4, sect.1, art. 16) ; La publication et la diffusion (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap. 5, sect. 2, art. 33-40) ; L'exercice du droit de réponse, de rectification et de réparation des dommages (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap. 6, sect.1, 2 et 3, art. 45-52) ; L'aide aux medias (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap. 4, sect.3, art. 19-21) ; La carte de presse (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap. 3, sect.1, art. 5-7)

engagements entre l'ARCT et les titulaires des organes. Tous ces textes législatifs réglementaires fixent donc les modalités d'exercice de cette liberté.

5.1.1. Processus de concession d'autorisation

Les autorités qui interviennent pour autoriser un candidat à participer à la radiodiffusion au Burundi, sont le CNC et l'ARCT. Il est, donc, interdit d'utiliser une fréquence sans avoir obtenu les autorisations pertinentes de ces institutions.

Au Burundi, la radiodiffusion est accessible à tout genre de personne ou corporation privée. Le **profil de l'opérateur** candidat à obtenir une licence est ouvert à tout entrepreneur sans exception. En principe, l'activité de la radio peut être développée par « Toute personne physique ou morale désirant opérer dans le domaine de la presse écrite, des médias audiovisuels ou en ligne » (Art. 109, section 3, chap. V du ROI du CNC).

En ce qui concerne **l'activité de la radio**, la loi la définit comme « ...tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie du public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons. » (Art. 4 f, de la Loi n°1/15)

La radiodiffusion est **considérée presse audiovisuelle**. Le législateur fait la différence entre les radios publiques et privées, commerciales ou non commerciales, nationales ou étrangères, sans les définir ni expliquer leur caractéristiques qui font qu'une radio soit considérée d'une catégorie ou d'une autre. (Art. 33, section 2, chap. V).

Une des conditions d'exploitation d'une station de radio **est l'autorisation au préalable du Conseil National de la Communication**. (Art. 109, section 3, chap. V du ROI du CNC ; Art. 34 de Loi n°1/15). Une fois réussie, la deuxième condition exigée au candidat est l'obtention de l'autorisation de l'ARCT.

Pour accéder à une licence, la loi exige un **niveau professionnel minimum** pour le nouveau média. Le directeur de la station doit être titulaire « a) de diplôme de niveau baccalauréat au moins en journalisme ; b) de tout autre

diplôme de niveau baccalauréat au moins couplé d'un stage de formation certifié ou d'une expérience d'au moins deux ans dans une entreprise de presse » (Art.6 Loi 1/2015)

Cahier de Charges du CNC

L'octroi des autorisations faites par la CNC suit le Cahier de Charges de cette institution. Celui-ci établit, d'un côté, les missions des sociétés privées de radiodiffusion, et d'un autre, il fixe les règles particulières applicables pour délivrer l'autorisation, et les prérogatives dont dispose le Conseil National de la Communication pour faire respecter les clauses du cahier de charges. (Art. 1 Cahier de Charges CNC)

Les limitations imposées par le CNC ne sont pas très amples. D'une part, « Il interdit de programmer des émissions pouvant porter atteinte a : l'unité nationale ; l'ordre et la sécurité publics ; la moralité et aux bonnes mœurs ; l'honneur et la dignité humaine ; la souveraineté nationale ; la vie privée des personnes ; la présomption d'innocence ».

D'autre part, il avertit que « le droit de diffuser des informations ou de publier des documents ne peut être invoqué si ceux-ci sont en rapport avec, entre autres : des informations incitant à la désobéissance civile ou faisant la propagande de l'ennemi de la Nation Burundaise en temps de paix comme en cas de guerre ; des informations portant atteinte au crédit de l'Etat et à l'économie nationale.... » Il existe une certaine marge d'interprétation qui peut être appliquée à un moment donné ou les radios peuvent ne pas développer leur mission dans la direction souhaitée par le Conseil.

En ce qui concerne la grille des programmes, le CNC demande d'obéir la répartition du temps d'antenne suivante :

« Actualités et magazines d'informations : 35% ; Jeunesse et promotion de la femme : 20% ; Education, Santé et environnement : 15% ; Culture, Sport et détente : 10% ; Economie et développement : 10% » (Art. 113 du ROI du CNC).

En référence à la production, CNC a un goût pour protéger la création musicale burundaise. Donc, le titulaire de l'autorisation doit s'engager « de diffuser au

moins 40% de musique et de chanson burundaise et africaine » (Art. 10 Cahier des charges CNC) Etant donné que les autorités acceptent tout genre de radios, les confessionnels aussi, sans les nommer, le CNC pose comme condition aussi la tolérance dans tous les domaines. (Ar. 11, Cahier de Charges CNC)

Quant à la publicité, le CNC établit que

la programmation de la publicité ne peut excéder 10% d'un programme et doit être répartie une fois au début de l'émission, une fois au milieu et une fois à la fin. La répartition ci-haut énumérée est variables selon les termes des charges de chaque organe suivant que la vocation de la station est soit commerciale, soit non commerciale. (Art. 113 du ROI du CNC)

Le relâchement des conditions du Burundi en ce qui concerne l'accès à une autorisation d'émission de radio se montre dans deux aspects importants. Le premier est le fait que la diffusion en chaîne est admise. Il est possible de faire des décrochages avec d'autres radios partenaires. L'autre aspect concerne la présence étrangère dans le système de la radio. Il n'y a aucune interdiction à demander une autorisation pour les entreprises étrangères ; il n'y a pas de limitation de la participation étrangère dans le capital d'une entité ; et il n'y pas de un contrôle non plus du nombre d'employés étrangers sur le personnel de la rédaction.

La demande d'autorisation doit offrir les informations suivantes au CNC :

- a) l'identité du ou des propriétaires de l'entreprise de presse ;
- b) les statuts de l'acte constitutif s'il s'agit d'une société ;
- c) la composition du capital ;
- d) la liste des administrateurs, s'il s'agit d'une société ;
- e) les prévisions des dépenses et des recettes et
- f) l'origine et le montant des financements prévus. (Art. 36, section 2, chap. V)

Finalement, le CNC, à partir de toutes ces informations octroie l'autorisation, en tenant en compte : « l'intérêt de chaque projet pour le public ;

des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturelle et la diversification des opérateurs et l'expérience acquise par le candidat dans les activités de la communication » (Art. 35, section 2, chap. V Loi 1/15)

Cahier de Charges de l'ARCT

Si le candidat a obtenu l'autorisation du CNC, il réunit, alors, la première condition pour requérir l'assignation de fréquences. Celle-ci est définie comme « l'autorisation donnée pour l'utilisation d'une fréquence ou d'un canal radioélectrique déterminé selon des conditions spécifiées » (Art. 2 Cahier de Charges ARCT) et qui correspond à ARCT de la donner.

Cette institution a aussi son propre Cahier de Charges ou il exige du titulaire, d'abord l'autorisation du CNC, et après la signature d'une « déclaration sur l'honneur pour exploitation d'une station de radiodiffusion sonore en FM » (Art 4.1, Cahier de charges ARCT)

Les interdictions établies par l'ARCT, et que l'exploitant doit respecter font références, entre autres circonstances, à l'utilisation d'une puissance supérieure à celle autorisée ; le changement du caractère de l'activité ; l'utilisation d'une fréquence non assignée.

L'ARCT peut annuler une décision d'assignation de fréquences dans plusieurs situations : le brouillage intentionnel, le non-paiement des redevances dans les délais prescrits, non utilisation de la fréquence assignée. (Art. 5.1 Cahier des Charges ARCT)

Convention finale.

Pour clore le processus de concession, l'exploitant de l'autorisation d'un service de radiodiffusion doit signer les conventions correspondantes entre lui et le CNC et l'ARCT contenant toutes les conditions que le titulaire doit accomplir.

Mais, en plus, comme décrit Gilbert Maundonodji, « Pour que la radio puisse fonctionner, certains frais concernant la constitution de dossier, ...les frais de licence, les redevances annuelles et d'autres taxes sont à payer »

5.1.2. Système médiatique du Burundi

Au long des années le comportement des gouvernements on emmener à placer le Burundi entre les pays qui n'ont pas développé la liberté, ni de leur système politique (Van de Valle, 2004, p.182), ni de l'expression (Freedom House, 2017). Par contre, la présence des organes de régulations -CNC, ART-, les conditions de concession des autorisations aux exploitants qui désirent de participer à la radiodiffusion -ouvertes à tout genre de candidat -, fait penser tout le contraire.

A nouveau, nous nous trouvons devant ce que Marie Soleil Frère nomme un système « libéral autoritaire » (2016, p.205). Il existe la liberté de presse, les opérateurs peuvent créer des radios sans de grands problèmes, l'Etat développe lui-même une radio exemplaire, la radio publique scolaire, mais malgré toutes ces données positives, on repère certaines situations qui font interpréter la réalité dans d'autres clés.

Quand les relations entre l'État et la radiodiffusion sont marquées par le désaccord, les situations conflictives se génèrent et les conséquence sont les suivantes. Suite aux manifestations de 2015 contre la décision du Président de se soumettre à une nouvelle élection, les radios privées entre autres la Radio Publique Africaine (RPA), la Radio Bonesha FM et la Radio Isanganiro, les radios les plus populaires se sont vues interdites d'émettre en dehors de Bujumbura avant d'être fermées totalement. Cela implique que les médias aussi ont été affectés par ces perturbations comme l'affirme le Président du Conseil National de la Communication (CNC) dans son discours, lors de la réouverture des Radios Isanganiro et la Radio-Télévision Rema, le 20 février 2016, quand il dit que : « Suite à la crise qui a secoué le Burundi, le monde médiatique n'a pas été épargné » (Giramahoro, 20 février 2016)¹³⁰. La Radio Humuriza FM a subi le même sort que les autres ; elle s'est vue obliger de suspendre ses émissions le 14 mai 2015 et elle a du attendre jusqu'au 26 avril 2016, date où elle a eu l'autorisation d'émettre de nouveau (Gateka, 31 mars 2017). Les autres radios, entre autres la Radio Publique Africaine (RPA), la Radio Bonesha FM et la RTV Renaissance attendent encore l'autorisation d'émettre de nouveau. Cette

¹³⁰ <http://www.cnc-burundi.org/index.php> [visité le 26/07/16]

situation compliquée que traversent les radios privées Burundaises n'est pas l'unique problème que vivent ces dernières et tous ces problèmes sont identiques pour tous les médias des pays des Grands Lacs (Frère et al., 2014,p.4).

5.1.3. Catégorisation des radios au Burundi

Comme il a été mis en évidence dans la première partie de ce travail, chaque pays africain établit sa propre classification de radios ou bien, il n'en établit aucune. En ce qui concerne le Burundi, ni la Loi de 2015, ni les Cahiers de Charges du CNC ou de l'ARCT ne proposent une typologie claire de radios. Ils ne définissent pas le genre de radio, ses caractéristiques, les distinctions entre radios publiques, privées, commerciales, associative ou communautaires.

Etant donné qu'il n'y a pas de classification au Burundi, comme précise Maoundonodji,

Il est donc le devoir de chaque exploitant de préciser le statut et l'objet de son média dans une convention signée avec le CNC. Le fait qu'il n'existe pas de catégorisation des radios privées (associatives, commerciales, communautaires, confessionnelles, étrangères) comporte certaines avantages, mais aussi nombre d'inconvénients. (Maoundonodji, 2005, p.68)

L'exploitant a, d'un côté, certaine liberté pour développer son projet, mais de l'autre, tous ceux-là, commerciaux ou pas, doivent répondre de la même façon au frais, sans distinction.

En tout cas, chaque radio a son propre Cahier de Charges où son activité est définie, sans étiquette. Et doit tenir à respecter tous les termes de la convention. Elle doit répondre, donc, aux accords dont elle est engagée, d'après le Cahier de charges et la Convention.

Étant donné que le Burundi n'a pas de classification. Nous allons essayer d'appliquer la catégorisation générale de radios africaines, proposée dans la première partie de cette recherche.

Cette classification proposée présente quatre catégories principales : les radios publiques, les privées, les étrangères et celles de la paix. Chacune a un statut propre.

Les radios publiques : nous pouvons y trouver trois types en fonction de l'administration publique qui est impliquée : l'État pour les nationales, les départements, les régionales, ou les districts ou autres genres de division territoriale, les locales.

En ce qui concerne les privées, constituées par n'importe quel type d'entité privée (société, commune, association, etc) à son tour, elles incluent trois types différents de radio :

- Les commerciales, dont le but principal est de participer au marché de la publicité et générer des revenus. Il s'agit d'entreprises individuelles ou de sociétés.
- Les communautaires et associatives : la communauté ou bien une association est la titulaire de la licence. Le but de la radio peut être très varié. Mais ce genre de radio, d'un côté, a la singularité d'avoir comme objectif principal l'aide pour le développement de la société, et d'un autre, le fait qu'elle reçoit généralement l'appui de différentes institutions, nationales ou étrangères. Il est fréquent qu'elles participent au marché de la publicité pour s'aider à financer l'activité, mais, en aucun cas, la prétention est d'obtenir des revenus comme objectif. Il s'agit seulement de contribuer au financement.
- Les confessionnelles : elles sont l'initiative ou bien d'une institution religieuse, ou bien d'une association religieuse. Malgré le fait d'avoir comme objectif dans beaucoup de cas, l'appui au développement local, le principal objectif est l'évangélisation. C'est pour cette raison que nous séparons cette sous-catégorie de celle de la communautaire.

Les internationales : l'initiative provient de l'extérieur du pays, d'un gouvernement étranger. La diffusion d'une vision propre du monde et de

l'information du pays récepteur est la raison principale du développement de ce type de radio.

Les radios pour la paix : elles constituent une catégorie propre en tant qu'il s'agit de l'intervention de la ONU ou de la Court internationale de Justice, à travers le média radio.

5.2. LES RADIOS PUBLIQUES

Les radios publiques comme l'indique leur dénomination, font partie des médias publics et ainsi,

dépendent de la puissance publique et leur mission est essentiellement de service publique. Comme tous les médias publiques, elles jouissent de l'autonomie de gestion et sont placées sous la tutelle du Ministère en charge de l'Information et la Communication et rendent compte de ce fait au Gouvernement. Dans le souci de boucler leurs budgets et compléter la subvention publique, comme c'est le cas des médias publics, elles recourent à des ressources financières privées, sous forme de publicité, de parrainage ou de sponsor d'émissions. (Politique Nationale de Communication, 2012, p.15)

Le Burundi dispose de trois chaînes de radios publiques: La Radio Nationale comportant deux chaînes : la première chaîne et la deuxième chaîne, et la Radio Scolaire Nderagakura. En d'autres termes, il dispose de la RTNB et de la la Radio Scolaire Nderagakura (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 96)

5.2.1 La Radio Nationale du Burundi

La Radio Nationale du Burundi comme son nom l'indique est une radio publique, héritée de la colonisation Belge qui l'avait créée comme une station de radiodiffusion Ruanda-Urundi pendant la période coloniale en 1959 et qui a été inaugurée le 1^{er} mai 1960 à Usumbura (Palmans, 2008, p.84). Elle a eu le statut de radiodiffuseur national le 01 mai 1961, moment où le Ruanda et l'Urundi reçoivent l'autonomie interne, suite à laquelle la radio fut scindée en 2 : la radio Kigali et la radio Burundi ; actuelle radio nationale du Burundi communément appelée Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB) (Ntiyanogeye, 2008,

p.23). C'est ainsi qu'on l'attribue au Gouvernement du Burundi. Pour cela, elle est gérée par le gouvernement du Burundi à travers le Ministère ayant la communication dans ses attributions. Actuellement c'est le Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias.

Elle a obtenu l'autorisation en 1959, et accédé aux fréquences d'émission par l'ONATEL, gestionnaire des fréquences de l'époque. Elles sont les suivantes :

- 102.9 MHZ à Bujumbura;
- 92.9MHZ (Programme de nuit)
- 95.6 MHZ à Manga en province de Bujumbura Rural ;
- 94.7 MHZ à Kaberenge en province de Bururi;
- 94.2 MHZ à Birime en province de Ruyigi
- 88.8 MHZ à Mutumba en province de Kirundo et
- 88.4 MHZ à Inanzerwe en province de Makamba.

(Ntiyanogeye, 2008, p.27)

La Radio Nationale du Burundi ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission par manque de moyens. Elle a son siège au Quartier Rohero, au Bujumbura, localité communément appelée Kabondo ; d'où le nom de Radio Kabondo ou tout simplement Kabondo.

Depuis 1978, elle dispose de deux chaînes (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.41) : La chaîne nationale dénommée « première chaîne » émettant exclusivement en Kirundi, langue nationale et la chaîne internationale appelée « deuxième chaîne » émettant en Français, en Swahili et en Anglais (Ntiyanogeye, 2008, p.23).

La radio nationale collabore étroitement avec un Centre Multimédia basé à Gitega et appartenant au Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage ; centre qui prépare des émissions et de courts messages en direction du monde rural. Les

productions de ce centre passent sur la 1^{ère} chaîne qui émet exclusivement en Kirundi (Karayenga, 2011, p.29). Ce centre multimédia aide à communiquer avec les paysans de l'intérieur du pays. Même si elle ne dispose pas de plusieurs succursales à l'intérieur du pays, la radio nationale couvre tout le territoire national grâce aux antennes de réémission installées dans diverses provinces du pays comme nous l'avons déjà indiqué.

La Radio Nationale du Burundi est l'unique radio à couvrir pratiquement tout le territoire national et elle est l'unique à ne souffrir ni des menaces ni des sanctions de la part des autorités et du CNC, raison pour laquelle même pendant la crise de 2015 ses activités ont continué comme d'habitude (International Media Support, 2015, P.10). Ses émissions s'émettent également en ligne sur : www.rtnb.bi.

La Radio Nationale du Burundi a été créée pour accompagner les actions du Gouvernement, ce qui marque sa ligne éditoriale. Ces activités consistent principalement à informer, former, éduquer et divertir et ses émissions se centrent sur la Politique, l'Economie, la Santé, la Société, la Culture, le Divertissement entre autres Folklore, Sport, Musique, Chansons religieuses, etc.

Les langues de diffusion sont le Kirundi (langue nationale) pour la première chaîne, le Français, le Swahili et l'Anglais (langues étrangères) pour la deuxième chaîne. Puisqu'elle est une radio nationale, ses émissions s'adressent à tout public en général, même s'ils existent des émissions qui se dirigent à une audience particulière comme par exemple l'émission « Tuganirize Ibibondo » de Samedi de 14h00 à 14h30, qui se dirige aux enfants.

Le financement de la radio nationale du Burundi provient en grande partie du gouvernement du Burundi. La radio se finance également par les publicités et les communiqués, le parrainage ou les sponsors d'émissions.

Cette radio dispose de 98 journalistes et 62 techniciens entre lesquels se trouvent des licenciés en journalisme et d'autres formés en d'autres domaines, tels que les ingénieurs, et les lauréats de l'école secondaire (Humanité Générale et A2).

Concernant les formations en journalisme, la RTNB organise de formations internes pour les nouveaux sous forme de stages et des formations pour recycler le personnel au cours du travail. A part les formations organisées par la RTNB, les autres sont menées par l'UNESCO, la Maison de la Presse du Burundi, l'UE à travers différents projets comme Organisations de la Société Civile Appuyées et Renforcées (OSCAR), ARCANE, etc, IPP, IPGL, etc.

Les journalistes et techniciens de la Radio Nationale du Burundi proviennent de toutes les provinces du pays. Même si elle s'est installée à Bujumbura, la plupart des journalistes et techniciens qui y travaillent (132 sur 160) soit 82,5% proviennent de l'intérieur du pays.

5.2.2. La Radio Nderagakura FM (Radio Scolaire)

La Radio Nderagakura FM est une radio Scolaire publique créée par le Gouvernement du Burundi à travers le Ministère de l'Education, Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 29 mars 2000. Sa gestion est assurée par le Ministère de l'Education, Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.

Les fréquences, qui lui ont été conférées sont :

- 106.7MHZ à Manga en province de Bujumbura Rural;
- 87.9 MHZ à Bujumbura;
- 103.7MHZ à Birime en province de Ruyigi et
- 90.5 MHZ à Mutumba en province de Kirundo

La radio dispose d'un seul centre de production et d'émission et sa couverture est nationale. Ses émissions s'émettent également en ligne sur : web: [www. Radionderagakura.com](http://www.Radionderagakura.com). Son siège se trouve au Quartier Kabondo, commune Mukaza, Bujumbura Mairie.

Elle a été fondée pour accompagner les réformes opérées dans le secteur de l'éducation : C'est une radio publique scolaire. Sa ligne éditoriale est la suivante :

Accompagnement de l'Education nationale et formation à distance des enseignants et des élèves (Voulgre et Netto, 2016, p.1). Ses émissions concernent toutes informations en rapport avec l'éducation et se réalisent en Kirundi et en Français. Etant une radio scolaire, ses émissions s'adressent généralement aux élèves, au personnel du secteur de l'éducation et aux parents. La Radio Nderagakura FM est financée par le gouvernement en grande partie et s'autofinance grâce aux publicités pratiquées.

La Radio Nderagakura FM dispose de 25 journalistes de niveau licence et 9 journalistes de formation en Master complémentaire. Ces journalistes reçoivent des formations de courte durée organisées par la Maison de la Presse du Burundi, sur base de l'expérience de chacun dans la profession. L'Université du Burundi aussi donne une formation en Master.

Les journalistes et techniciens de la radio scolaire Nderagakura proviennent de toutes les provinces du pays. Ils sont transférés par les établissements scolaires, ce qui veut dire que la plupart d'entre eux (30 sur 34) soit 88,23% provient de l'intérieur du pays indépendamment de son implantation dans la Capitale du pays.

5.3. RADIOS PRIVÉES : COMMERCIALES

Au Burundi il n'y a que 5 radios commerciales, entre les 35 radios enregistrées dans tout le pays. Il y a de différents profils. Le premier est celui de la première radio commerciale développée par la Chambre de Commerce (Radio CCIB FM+). Un deuxième profil est celui des radios Radio 10 Burundi et Radio Iwacu Humuriza, qui font partie de l'activité d'un groupe de communication. Et le troisième profil, est celui de la filiale burundaise d'une chaîne de radio étrangère (Radio Citizen et Hit Radio Afrique).

5.3.1. Radio CCIB FM +

La Radio CCIB FM + est une radio privée commerciale créée par la Chambre Fédérale de Commerce et d'Industrie du Burundi (CFCIB). Elle a été la première radio privée à voir le jour au Burundi. La radio CCIB FM + a comme

objectif : Promouvoir le Secteur Primaire et des Affaires en premier lieu. Sa gestion est assurée par CFCIB: Institution Consulaire.

La CFCIB

Initiée en 1923, la CFCIB réalise ses activités en partenariat avec TRADE MARK EAST AFRICA et Danish industry. Son objectif est de donner un appui aux Hommes d'Affaires nationaux et Internationaux leur permettant d'avoir accès aux services immédiats suivants¹³¹: «

- Accès aux informations
- Plaidoyers: cadre de dialogue Public-Privé
- Accès aux formations: -en anglais et d'autres formations en cours
- Accès à l'encadrement:-Tournée à l'intérieur du pays pour écouter les doléances des Hommes d'Affaires de l'intérieur du pays ».

Pour bien mener ses activités, la CFCIB s'est fixée les missions suivantes¹³²:

- Mettre à la disposition des entreprises et autres associations du secteur privé des services d'assistance technique, de conseil spécialisé d'information, de formation et tous services de développement de l'entreprise et des organisations professionnelles du secteur privé;....
- valoriser l'image du secteur privé en général et des organisations professionnelles du secteur privé en renforçant l'éthique de l'acte d'entreprendre ainsi que sa dimension citoyenne;...
- défendre les opérateurs économiques vis-à-vis de toutes pratiques délictueuses qui puissent nuire au climat général des affaires, participer à l'amélioration de l'environnement des affaires en formulant des propositions et des projets concrets au Gouvernement de nature à favoriser les investissements nationaux ou à attirer des investisseurs privés internationaux au Burundi et assurer le suivi de leur impact sur l'économie

¹³¹ <http://cfcib.bi/index.php/activites> [visité le 02 février 2017]

¹³² <http://cfcib.bi/index.php/activites> [visité le 02 février 2017]

L'information fait partie des services que la CFCIB rend à ses membres et partenaires, certainement que c'est dans ce cadre qu'elle a créé la radio CCIB FM +.

La radio CCIB FM+

La radio CCIB FM + a obtenu l'autorisation du CNC le 11 juin 1995. Cette date coïncide avec le démarrage des programmes de cette radio qui a été agréée en 1994 (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.45). La radio CCIB FM + a accédé à la fréquence 99.4 MHz : Bujumbura.

La radio ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission et elle est Régional: ses émissions couvrent 20% du territoire national, c'est-à-dire Bujumbura et les provinces environnantes ainsi que quelques localités situées sur les sommets des collines non ombragées comme Kabarore en province de Kayanza, Bukeye, Karuzi et sur le pont de la Ruvubu, le camp des refugies et autres ponts non encore identifiés. Néanmoins, les émissions de la radio CCIB FM + couvrent le Sud – Kivu de la RDC. Le siège de la radio CCIB FM + se trouve au Quartier Rohero I, Avenue du 18 septembre, Bujumbura Mairie, B.P.: 313 Bujumbura.

La radio CCIB FM + a été fondée pour Informer, Former, Eduquer et divertir mais spécialement, accompagner les actions du Gouvernement dans le domaine d'investissement. Sa ligne éditoriale est Professionnelle et ses émissions sont essentiellement socio-économiques. Elles se réalisent en Kirundi à 50% et en Français à 50% également (Palman, 2008, p.136) et s'adressent aux Jeunes artisans; Commerçants ; Industriels et autres.

Le financement de la Radio CCIB FM + est assuré par l'appui de divers intervenants; Publicités (à un degré négligeable) et Dons. Mais avant le coup d'Etat de 1996, elle a bénéficié de l'appui de la coopération française (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.45).

La radio dispose de 15 journalistes et techniciens de formation. Ces journalistes et techniciens reçoivent les formations organisées par la M.P, UNESCO et Search for Common Ground. Tous ces 15 journalistes et techniciens proviennent de l'intérieur du pays.

5.3.2. Radio-10 BURUNDI (actuellement Buja FM)

La Radio Buja FM est une radio privée commerciale qui a été fondée par Télé 10 Burundi. Donc il s'agit d'une entreprise du secteur de la communication, qui complète son activité de télévision en développant la radio. Elle a eu l'autorisation du CNC le 05 juillet 2013 et elle a accédé à la Fréquence 87.6 MHZ: Bujumbura.

La radio Buja FM ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. La diffusion ne couvre pas tout le territoire national ; elle couvre la Mairie de Bujumbura et les Provinces environnantes. Néanmoins, elle arrive aussi à une partie de l'Est de la RDC. La radio Buja FM a son siège au Quartier Industriel, Bujumbura Mairie.

La radio Buja FM a été créée en vue de :

Donner à la jeunesse une vision axée sur les affaires;

Favoriser le développement des médias et la responsabilité des jeunes à la production médiatique;

Fournir nos programmes aux chaînes régionales et internationales et mettre en place des synergies avec elles;

Devenir un pont des différentes opinions des leaders d'opinions et décideurs.

Sa ligne éditoriale est la suivante : Divertir, éduquer et vendre les services. Ses émissions se centrent sur l'Innovation, le changement de vision et l'éducation. Ses émissions se réalisent en Kirundi, en Français, en Swahili et en Anglais et s'adressent aux Leaders d'opinions et décideurs. La Radio Buja FM s'autofinance à travers les Publicités et annonces.

La radio compte 23 journalistes et 2 techniciens de niveau Licence et Humanités Générales. Ils reçoivent des formations organisées par la Maison de la Presse et le CFM appuyé par l'IPGL.

Quant aux origines des journalistes et techniciens, les données de notre enquête montrent que seules 5 personnes soit 20% sont originaires de Bujumbura tandis que les 20 autres soit 80% proviennent de l'intérieur du pays.

5.3.3. Radio Iwacu Humuriza FM

La Radio Humuriza FM a été initiée par Monsieur GATEKA Saxe Perry, un jeune homme qui a reçu l'aide du groupe de Presse Iwacu pour développer son projet. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 22 février 2013.

La radio Humuriza FM a accédé à la Fréquence 99.6 MHZ. Elle ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Sa couverture est de 4 Provinces à 100%. Elles sont Gitega, Mwaro, Muramvya, Karuzi et quelques communes des provinces Kayanza, Rutana, Ruyigi et Bururi. La programmation est diffusée en ligne à travers son site web: www.Humuriza.uk. Son siège se trouve au Quartier Nyabiharage, Commune Gitega, Province Gitega.

La Radio Humuriza FM est devenue l'activité de radiodiffusion du groupe de communication Iwacu, Les voix du Burundi, qui a préféré appuyer cette radio au lieu d'en créer une propre à lui. Le premier objectif de cette radio est de donner un espace d'expression à la population de Gitega car il n'existait aucune radio émettant depuis Gitega jusqu'à lors. Sa ligne éditoriale est la suivante : IJWI RY'IHUMURE KURI BOSE (La voix tranquillisante pour tous). Ses émissions se centrent sur les programmes en rapport avec la jeunesse à 60%, les Jeux et surtout le football à 20%, les programmes pour les femmes à 10%, la Santé et autres à 10%. Ses émissions se réalisent en Kirundi à 70%, en Anglais à 20% et en Français à 10% et son audience cible est composé par les personnes se trouvant dans les tranches d'âges allant de 35 ans à 70%, les femmes à 20% et les autres à 10%.

La Radio Humuriza FM est financée par son fondateur et ses Partenaires entre autres Econet & Leo, UNICEF et Handicap International. La radio fait des émissions publicitaires même si la génération des revenus de ces dernières n'est pas remarquable parce que la plupart des entreprises ne comprennent pas le bien fondé de faire de la publicité pour leurs entreprises et leurs produits.

La radio compte 10 journalistes et techniciens dont 4 Licenciés et les 6 autres sont des Humanistes Générales. Ils bénéficient des formations organisées par la M.P. et l'UNESCO. Tous sont originaires de la province Gitega.

5.3.4 Radio Citizen « Citizen Radio » /Royal Media LTD

La Radio Citizen a initiée par Royal Media Service. Son entreprise d'origine est celle de communication, Radio Royal se trouvant au Kenya. Donc il s'agit d'une entreprise filiale de Radio Royal au Burundi. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 28 avril 2009.

La radio Citizen a accédé à la Fréquence par l'ARCT et émet sur : 94MHZ. La radio Citizen ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission et ses émissions ne couvrent Bujumbura et ses environs.

La Radio Citizen a été créé pour trois objectifs : Promouvoir l'intégration régionale et le partage culturel des peuples de la communauté Est- africaine et du COMESA ; Contribuer à une meilleur compréhension des défis majeurs liés au sous développement que doit relever la société de l'Afrique central et de l'Est, notamment l'accès à la nourriture, à l'eau potable, à la santé, à l'éducation et à l'habitat décent et lutter contre les défis liés à l'Etat de droit et à la bonne cohabitation par la promotion d'une culture des droits et des devoirs du citoyen, la consolidation d'une convivialité et d'une meilleure compréhension entre tous les habitants de la sous région . Sa ligne éditoriale est la suivante : promouvoir l'intégration régionale. Ses émissions se centrent sur l'intégration régionale. La Radio Citizen est financée par Royal Media Services, son fondateur.

Remarquons que nous n'avons eu accès à toutes les informations de ces radios en rapport avec notre travail car le contact avec ses responsables nous a été impossible.

5.3.5. HIT RADIO AFRIQUE

HIT Radio Afrique est une radio privée commerciale qui a été initiée par HIT Radio Maroc. Donc il s'agit d'une filiale au Burundi, d'une chaîne

internationale. Sa gestion est assurée par Younes Boumedi, DG. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 19 avril 2013, mais elle a lancé ses activités en novembre 2014.

HIT Radio Afrique a accédé à la Fréquence par l'ARCT et émet sur : 99.6 MHZ. Au Burundi, HIT Radio Afrique ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission et ses émissions couvrent Bujumbura, Bururi, Ruyigi, Kinyinya, Gitega, Mwaro, Kayokwe, Muyinga, Ngozi et Kayanza.

Implantée dans 7 pays africains, HIT radio Afrique, également appelée radio musicale a son siège au Maroc. Sur le territoire Burundais, HIT Radio Afrique s'est implantée à Bujumbura. Egalement, elle projette s'installer à Ngozi et à Gitega (Kodjoakou, nov.2014)¹³³.

HIT Radio Afrique a été créé dans l'objectif de promouvoir la richesse patrimoniale, musicale et culturelle du Burundi. Sa ligne éditoriale est la suivante : Promouvoir la musique générationnelle et universelle. Ses émissions se centrent sur la musique et la culture, les programmes socio-éducatifs et les programmes de divertissement. Ses émissions s'adressent à tout public. HIT Radio Afrique est financée par son fondateur.

La radio compte 10 journalistes et fonctionne 24h sur 24h (Kodjoakou, nov.2014). Ils bénéficient des formations organisées par la radio elle-même et la MPB.

5.4. RADIO PRIVÉES : COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIVES

Entre ce genre de radio nous pouvons distinguer celles qui ont été développées par les associations en appui des organisations et/ou institutions nationales ou internationales et celles qui l'ont été par des centres. Certaines ont été créées pour l'intérêt des groupes bien précis comme la RIU (les femmes), la RPA (les sans voix), la Radio « COLOMBE FM » (pour les jeunes), etc.

¹³³ <http://fr.africatime.com/burundi/articles/hit-radio-bientot-bujumbura> [visité le 16 février 2017]

5.4.1. RPA Ngozi

La Radio Publique Africaine (RPA) Ngozi est une radio fondée par l'Association de la RPA (BUJUMBURA). Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 05 mars 2005. Elle a obtenu la fréquence par l'ARCT et émet sur 96.00 MHz. Elle possède un seul centre de production et d'émission et couvre la Région Nord du pays et une partie des pays limitrophes comme le Rwanda et la Tanzanie. Son siège se situe au Quartier Gabiro, Commune et Province Ngozi. La RPA Ngozi a été initiée pour créer un espace d'expression pour les " Sans voix". Sa ligne éditoriale est : Promouvoir l'expression des " Sans voix" et le développement socio-économique de la communauté. Ses émissions se centrent sur la Politique, l'Economie, la Sécurité, la Santé, la Société, la Bonne Gouvernance, les Droits de l'Homme, l'Environnement, la Culture, le Sport et autres. Les langues de diffusion sont le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais et s'adressent à tout public en général et la population rurale en particulier. Son financement provient des subventions à 80% et des Publicités et annonces à 20%.

Elle dispose de 15 journalistes et techniciens dont 5 journalistes et 10 techniciens, tous de niveau licence et A2. Ils bénéficient des formations organisées par la RPA Ngozi : Stage de 3 à 6 mois, la M.P.B. et de Search for Common Ground. Ces journalistes et techniciens proviennent des différentes provinces du pays, mais 8 personnes sur 15 soit 53% sont originaires de la province Ngozi où s'est implantée la radio. Soulignons que la RPA Ngozi est suspendue depuis la crise de mai 2015 jusqu'à aujourd'hui ; elle est en attente d'exécution (CNC, 30 juin 2015).

5.4.2. Les radios de l'Association Ijwi Ryawe

L'Association Ijwi Ryawe en sigle A.I.R. est une entité à caractère apolitique et professionnel qui a eu l'initiative de création de trois radios au Burundi. (Rema, Umuco, et Star FM).

Son siège social est situé à Bujumbura, quoiqu'elle ne fixe pas de limites territoriales pour exercer ses activités. Elle a pour objectifs: Promouvoir la communication et l'information dans les secteurs de la vie nationale, régionale et de la Communauté de l'Afrique de l'Est ; Développer les supports de la

communication dans les secteurs de la vie nationale et régionale ; Favoriser la liberté d'expression des populations du Burundi et de la Communauté de l'Afrique de l'Est ; Produire et échanger des programmes audio-visuels, des images et des textes à caractère culturel, social et politique ; S'attacher aux enjeux du développement des communautés ; Encourager la création culturelle et contemporaine ; Enrichir et transmettre le savoir et le savoir faire ; Conseiller et appuyer techniquement en matière de communication et constituer et assurer la gestion d'une base de données sur la vie nationale et le cas échéant régionale. (Art. 4 Status)

5.4.2.1. Radio REMA FM

La radio REMA FM a obtenu l'autorisation du CNC le 03 mars 2003. La radio REMA FM a accédé aux Fréquences par l'ARCT et émet sur :

- 88.6 MHZ: Bujumbura;
- 107.5MHZ: Manga en Province de Bujumbura Rural et
- 89.0 MHZ: Songa en Province de Bururi

Elle ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Elle couvre une grande partie du pays mais elle ne couvre pas tout le territoire national car il existe des zones d'ombre. Son siège se situe au Quartier Kigobe, Zone Gihosha, Commune Ntakangwa, Bujumbura Mairie, B.P.: 3610 Bujumbura.

La radio REMA FM a été créée dans le but d'Informer et divertir d'une façon responsable. Sa ligne éditoriale est la suivante : Equilibre et Intérêt Général. Les émissions de la radio REMA FM se centrent sur le Journal, Politique, Sport, Culture et le divertissement. Ses émissions se réalisent en Kirundi à 60%, en Français à 20%, Anglais à 10% et en Swahili à 10% et s'adressent à toute la population Burundaise à 90%. La Radio REMA FM est financée en grande partie par l'A.I.R et s'autofinance à travers les publicités et les communiqués et demande des Crédits pour mener à bien ses activités.

La radio compte 22 journalistes et 8 techniciens, entre lesquels se trouvent des Licenciés en Sciences Humaines, les Techniciens et les Ingénieurs.

Ils reçoivent des formations organisées par la Maison de la Presse et le Centre de formation des Médias (CFM), financée par Panos Grands Lacs. Tous ces journalistes et techniciens proviennent de l'intérieur du pays.

5.4.2.2. UMUCO FM

La Radio UMUCO FM a été agréée en Mai 2008 par la Décision du CNC n°100/CNC/07/08 du 23 Mai 2008 et a commencé d'émettre en date du 1er Juillet 2008 (Entretien avec Mr Elysé Niyubahwe, Directeur la radio UMUCO FM, le 17 avril 2016). Elle a obtenu la fréquence par l'ARCT et émet sur 102.8MHZ. Elle possède un seul centre de production. Son émetteur a une puissance de 500 Watts et couvre toute la région du nord du pays (Kayanza, Ngozi, Kirundo et Muyinga), du Centre du pays (Gitega à près de 45 %, Muramvya à près de 75 %, Karusià 70% et Mwaro à près de 30%) et de l'Est (Ruyigi et Cankuzo à 30 %). Ses émissions s'émettent également en ligne sur www.umucofm.org. Le siège de la radio UMUCO FM se trouve au Quartier Muremera, Commune et Province Ngozi.

La Radio UMUCO FM a été créée en vue d'intervenir auprès de la population afin d'accompagner l'effort de la réconciliation nationale et de promouvoir les actions en faveur de la paix, du développement et à l'éducation aux valeurs des droits de l'homme, de la bonne gouvernance et de la santé publique. Sa ligne éditoriale est « Proche de la Communauté et de son développement ». Ces programmes associent à l'information nationale des émissions liées aux droits de l'homme, à la bonne gouvernance, à l'éducation, l'agriculture, la santé, l'environnement, la culture, le sport, etc. La Radio UMUCO FM accompagne et guide la population à travers l'ensemble de ses programmes en Kirundi à 55%, en Français à 25%, en Swahili à 10% et en Anglais à 10%. Néanmoins, la radio présente les journaux parlés en trois langues les plus utilisées au Burundi à savoir le Kirundi, le Français et le Swahili. Les thèmes souvent traités dans les journaux parlés sont : Le développement, l'agriculture et l'élevage, les droits de l'homme, la bonne gouvernance, l'éducation, la santé, la politique (rarement), l'économie, l'actualité internationale (rarement), la culture, le sport,

etc. Ses émissions se dirigent à tout public en général et à la population rurale en particulier.

Son financement provient de :

- Association Ijwi Ryawe (AIR) à 60% du budget ;
- Les publicités et Communiqués à 35% du budget et
- Partenaires à 5% du budget (Entretien avec Mr Elysé Niyubahwe, Directeur la radio UMUCO FM, le 17 avril 2016). Concernant les publicités, la radio fait les publicités commerciales : pour les commerçants individuellement ou pour les commerçants en association. La radio fait également des spots publicitaires des ONG en rapport de leurs activités comme le spot publicitaire de l'Handicap international portant sur ses activités en faveur des handicapés. Les communiqués sont généralement ceux de décès, de levée de deuil, les pertes de toutes sortes, des objets ou des personnes retrouvés, les communiqués ordinaires et commerciaux.

Elle dispose de 16 employés dont 12 ingénieurs et 4 techniciens. Parmi eux, 4 sont de niveau Licencie, 7 des Humanités générales; 4 Techniciens A2 et 1 LP. Ils bénéficient des formations organisées par UMUCO FM (Stage de 3 à 6 mois), la M.P. et Search for Common Ground. De ces journalistes et techniciens, 10 soit 62,5% sont originaires de Ngozi. Les 6 autres, soit 37,5% proviennent d'ailleurs : 3 de Kirundo, 1 de Karusi, 1 de Muramvya et 1 de Bubanza.

5.4.2.3. Radio STAR FM

La Radio STAR FM est appelée également URUMURI RW'ABANYAGIHUGU. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 23 mai 2008. Elle a obtenu la fréquence par l'ARCT et émet sur 88.8 MHZ. Elle possède un seul de production et d'émission. Sa couverture technique comprend la Région du Centre du pays et les provinces environnantes. Son siège se trouve en Commune et Province Gitega.

La radio STAR FM a été initiée pour éduquer la population rurale sur la Santé, L'Agriculture et l'Élevage et toute activité en rapport avec le développement et pour le maintien de la paix et la réconciliation. Sa ligne éditoriale est : Promouvoir le développement intégral de la population rurale. Ses émissions portent sur le Développement de la population Rurale, la Santé,

l'Environnement et le Divertissement/Entretien et se réalisent en : Kirundi à 55%; Français à 25 %; Anglais à 10% et en Swahili à 10 %.

Ses émissions s'adressent à tout public en général et la population rurale en particulier. Le financement de la Radio Star FM est assuré en grande partie par l'A.I.R, les publicités et les communiqués et les divers appuis des partenaires.

5.4.3. La Radio Culture

La Radio Culture est une radio qui a été initiée par Honorable Frédéric Ngenzebuhoro, homme de la politique de l'UPRONA. La radio Culture a obtenu l'autorisation du CNC le 28 avril 1999. Elle a accédé aux Fréquences par l'ARCT et émet sur : 88.20 MHZ et 99.90 MHZ.

La radio Culture ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Elle couvre environ 85% du territoire national. Son siège se trouve à Bujumbura Mairie. Elle a été créée dans le but de promouvoir la Culture et le développement du bien être. Sa ligne éditoriale est Culture et Société et ses émissions portent généralement sur les Journaux parlés; Magazines en Santé, Economie, Environnement, Genre, Musique et Sport Les langues de diffusion sont le Kirundi à 50%, le Français à 20%, le Swahili à 10% et les 20% sont d'animation libre (Palmans, 2008, p.138). Les émissions de la radio CULTURE s'adressent à tout public en général et en particulier, les enfants, les femmes et les artistes. Le financement de la Radio CULTURE est assuré par les publicités, annonces et sports; Différents partenaires entre autres l'Institut Panos Grands Lacs et le Croix Rouge.

La radio dispose de 21 dont 10 journalistes, 3 techniciens, 6 pigistes et 2 bénévoles. Parmi eux, 4 licenciés, 4 techniciens A1, 7 techniciens A2 et 6 techniciens A2. Ces journalistes et techniciens reçoivent les formations organisées par M.P., I.P.G.L, L'UE à travers les projets OSCAR et ARCANE, etc.

Comme la majorité des médias déjà analysé, la majorité de son personnel (Journalistes et techniciens) c'est-à-dire 18 sur 21 soit 86% provient de l'intérieur du pays alors qu'uniquement 3 personnes soit 14% sont originaires de Bujumbura Mairie.

5.4.4. La Radio associative indépendante Bonesha FM

La Radio Bonesha FM a été fondée par l'Association pour l'Action Humanitaire (AAH), elle-même fondée par Bernard Koutchner. La radio Bonesha FM a eu l'autorisation du CNC le 30 janvier 2001.

Elle a accédé à la Fréquence par l'ARCT et émet sur : 96.8 MHZ. Elle ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Elle couvre le territoire national et une partie de la RDC et du Rwanda. Le siège de la radio Bonesha FM se situe au Quartier Rohero II, Commune Mukaza, Bujumbura Mairie.

La radio Bonesha FM a été créée suite à la crise que traverse le Burundi depuis 1993. A sa création, la radio était dénommée la radio Umwizero et avait l'objectif de promouvoir le retour à la paix. Ainsi la radio Bonesha a suivi ce même objectif. C'est pour cela qu'elle veut : Prôner la réconciliation; Construire et maintenir la paix et promouvoir le développement.

Sa ligne éditoriale est la suivante : Paix et Réconciliation, Droit de l'homme et développement. Les émissions de la radio BONESHA FM portent généralement sur Journaux parlés, débats orientés vers la paix et la réconciliation, le développement et les droits de l'homme ainsi que le divertissement. Ses émissions se réalisent en Kirundi, en Français et en Swahili et s'adressent à tout public en général et les jeunes en particulier car ils constituent le "Burundi de demain" (Burundi bw'ejo).

Le financement de la Radio Bonesha FM est assuré par divers partenaires, annonces et publicités des PME et artisans comme les ateliers de couture, les marchands ambulants, etc (Directeur de Bonesha in Berqué, 2001, p.85). Au début de ses activités, elle était financée par European Commission Humanitarian Aid & Civil Protection (ECHO) (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.45).

La radio dispose de 50 journalistes et techniciens et 9 correspondants localisés à l'intérieur du pays. La majorité de ces journalistes et techniciens possède une formation universitaire. Ils reçoivent les formations en journalisme organisées par différents partenaires entre autres la Maison de la Presse du

Burundi et l'IPGL. Tous ces journalistes et techniciens proviennent de l'intérieur du pays.

5.4.5. La Radio Publique Africaine (RPA)

La Radio Publique Africaine (RPA) est initiée par l'Association RPA, elle-même fondée par Alexis SINDUHIJE, appuyé par la fondation Américaine Ford, l'UNESCO, le PNUD et l'OXFAM. La radio Publique Africaine est gérée par l'Association RPA. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 30 janvier 2001, mais ses émissions ont débuté en mars de la même année. La radio Publique Africaine a accédé à la Fréquence par l'ARCT et émet sur :

- 93.7MHZ: Bujumbura et
- 107.1MHZ: Manga

La RPA possède deux centres de production et d'émission. Le premier centre qui constitue son siège se situe au Quartier asiatique, à Bujumbura. Elle couvre tout le territoire national. Ses émissions s'émettent également en ligne à travers son site web: www.iwacu.burundi.org. Son second centre est la RPA Ngozi, une radio communautaire se trouvant au Quartier Gabiro, Commune et Province Ngozi.

D'après Alexis SINDUHIJE, Directeur de la RPA de 2005 à 2007, « l'idée de créer la RPA est née d'une longue réflexion sur le fait que le peuple Burundais n'a pas où exprimer ses souffrances, ses aspirations et sa vision concernant la vie sociopolitique du pays en vue de contribuer à son édification » (Palmans, 2008, p.139). En faisant parler la population, la RPA brise les tabous et l'approche verticale qui caractérisent généralement les médias publics. L'objectif de la RPA est donc de « permettre aux Burundais de s'exprimer afin de pouvoir améliorer leurs conditions de vie, ainsi que disséminer de l'information nécessaire pour que le public Burundais puisse améliorer leur vie sur les aspects politiques, économiques, sociales, santé, environnement, ... » (Palmans, 2008, p.139). Sa ligne éditoriale porte sur la réconciliation nationale et la contribution au développement tout en revendiquant des solutions aux problèmes sociaux. Entrent également dans sa ligne éditoriale, la défense des droits de l'homme, la

justice et la lutte contre l'impunité. Les émissions de la RPA portent généralement sur la Bonne Gouvernance, les droits de l'homme, la société, le développement, la réconciliation, le divertissement, etc et se réalisent en Kirundi, en Français, en Anglais et en Swahili et ses émissions se dirigent à tout public et plus particulièrement aux sans voix et aux leaders.

Dans sa volonté de servir le public d'une manière spéciale,

la RPA confirme son courage vis-à-vis des autorités en dénonçant les injustices et les affaires scandaleuses avec un effort de fiabilité parfois pris en défaut. Les journalistes de la RPA « oublient » souvent de recouper l'information et ont parfois tendance à confondre le métier de journaliste et celui de juge. Egalement, en cherchant à se démarquer, la RPA manque souvent de rigueur professionnelle et le ton utilisé tend parfois au sensationnalisme. Ces caractéristiques valaient à la RPA des rapports négatifs de la part du CNC. Le CNC reprochait à cette radio de faire preuve de calomnies, de diffamations, d'exagération des faits ou encore d'un certain déséquilibre de l'information. (Palmans, 2008, p. 140) Serait-ce la raison de sa suspension pendant la crise de 2015 ?

Le financement de la RPA est assuré par Association RPA. Signalons que nous n'avons pu accéder à toutes les informations nécessaires à la réalisation de notre travail car depuis mai 2015 jusqu'aujourd'hui la radio est suspendue ; elle est en attente d'exécution (CNC, 30 juin, 2015).

5.4.6 La Radio Isanganiro

La Radio Isanganiro a été fondée par l'Association Ijambo, appuyée par l'ONG Belgo-américaine Search for Common Ground en sigle SFCG. SFCG est une organisation internationale sans but lucratif créée en 1982 par John Marks. Elle est présente dans 36 pays Africains (dont le Burundi), Asiatiques, Européens, du Moyen orient et des Etats Unis. Sa mission est de transformer la façon dont le monde fait face aux conflits violents causés par la diversité d'opinions, de croyance, etc. vers des solutions coopératives (<https://www.sfcg.org/> [visité le 09 février 2017]). La radio Isanganiro a reçu l'autorisation du CNC le 10 juin 2002. Elle a accédé aux Fréquences par l'ARCT et émet sur les fréquences suivantes :

- 89.7 MHZ: Bujumbura;

- 10.1 MHz: Manga en Province de Bujumbura Rural;
- 89.3 MHz: Birime en Province de Ruyigi;
- 90.6 MHz: Mutumba en Province de Kirundo;
- 93.3 MHz: Kaberege en Province de Bururi;
- 95.1 MHz: Inanzerwe en Province de Makamba.

La radio Isanganiro ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission. Pourtant ses émissions couvrent le territoire national et une partie de la RDC et du Rwanda. Ses émissions s'émettent également en ligne à travers son site web: www.isanganiro.org. Le siège de la radio ISANGANIRO est localisé au Quartier Rohero I, N° 27, Avenue de l'amitié, B.P.: 810 Bujumbura.

La radio ISANGANIRO a été créée dans le but de promouvoir le dialogue, la paix et la réconciliation d'où son slogan : « Inama isumba Ingimba » ce qui veut dire que « le dialogue vaut mieux que la force ». Sa ligne éditoriale évolue avec le temps. Au départ, elle visait le dialogue, la réconciliation et la justice, mais vers la fin de la guerre, elle a changé d'orientation et a donné beaucoup d'importance aux thèmes comme les problèmes de la terre, la démobilisation, le désarmement et l'anticipation sur des situations potentielles de conflit et actuellement, sa ligne éditoriale est la suivante : Paix et Réconciliation et développement (Entretien avec Maniradukunda Samson, Directeur a.i, le 14 avril 2016). Les émissions de la radio ISANGANIRO se centrent sur la Politique, l'Economie, la Santé, le Sport et la culture, la Société, la Sécurité, la Justice et droits de l'homme sans oublier l'environnement. Les langues de diffusion sont : le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais et s'adressent à la population burundaise; les populations des pays limitrophes (RDC et Rwanda), la diaspora et la population Internationale à travers son site web: www.isanganiro.org. Le financement de la Radio ISANGANIRO est assuré par les subventions et fonds propres.

La radio ISANGANIRO compte 26 journalistes et 5 techniciens entre lesquels des Licenciés et des techniciens A1, A2 et A3. La formation de cette équipe respecte l'équilibre ethnique et de genre ainsi que la géographie pour

éviter les termes blessant ou injurieux et de développer une terminologie qui rapproche au lieu de semer la zizanie. Ces journalistes reçoivent les formations organisées par la Maison de la Presse; Le Centre de formation des Médias (CFM) financé par Panos Grands Lacs. Tous journalistes et techniciens proviennent de l'intérieur du pays.

5.4.7. La Radio RENAISSANCE

La Radio RENAISSANCE est une radio privée qui a été fondée par le Centre International Martin Luther King avec l'appui du Français Bernard Henri Lévy après son passage au Burundi en 2001.

Centre International Martin Luther King ¹³⁴

Le Centre International Martin Luther King (CIMLK) a débuté ses activités auprès des jeunes au Rwanda et au Burundi en 1995 en vue de promouvoir une culture de la paix et de contribuer aux échanges dans la région des Grands Lacs, avec l'Afrique et le reste du monde. Le CIMLK est né de la volonté de réagir après le génocide rwandais et de l'indignation face à la passivité internationale devant ce drame. Il est une réponse à une rencontre internationale « Reconstruire le Rwanda » tenue en novembre 1994, qui recommandait la création d'une organisation non gouvernementale d'éducation de la jeunesse à la paix. Les activités du centre donnent beaucoup plus d'importance à la contribution par la réflexion et par des actions concrètes orientées vers la jeunesse à la construction d'une paix juste et d'un développement au Rwanda, au Burundi, dans la région des Grands Lacs et en Afrique.

Le CIMLK est né de trois impératifs : La mobilisation de la jeunesse en leur ouvrant des perspectives d'une paix durable dans un avenir viable à travers une formation, un métier et une culture de la paix ; La promotion d'une action intégrée en faveur de la paix et du développement, au terme d'un processus de transformation culturelle pour acquérir un certain état d'esprit et une façon d'être et d'agir ; L'ouverture à l'Afrique et au monde, pour éviter au Rwanda, au Burundi et aux Grands Lacs de vivre en « enclavés » avec leurs problèmes.

¹³⁴ http://www.irenees.net/bdf_fiche-acteurs-91_fr.html [visité le 17 février 2017].

La priorité du CIMLK est l'appui aux activités de la jeunesse en promouvant la culture de la paix. Les chantiers de jeunesse, les festivals, les rencontres et les activités socio-culturelles, des pratiques de dialogue, de jugement critique, de coopération et de solidarité font partie des moyens mis en œuvre pour construire cette culture. Les activités du centre se centrent sur trois types d'activités: Un centre culturel (bibliothèque, vidéothèque, musique, théâtre, sports, etc) ; Un centre de formation aux métiers pour les jeunes ; Un espace de réflexion et d'échange sur les thèmes de la paix et du développement.

La radio RENAISSANCE a obtenu l'autorisation du CNC le 08 mars 2003. Elle a accédé aux fréquences par l'ARCT et émet sur :

- 89.7 MHZ: Bujumbura;
- 101 MHZ: Manga en Province de Bujumbura Rural;
- 89.3 MHZ: Birime en Province de Ruyigi;
- 90.6 MHZ: Mutumba en Province de Kirundo;
- 93.3 MHZ: Kaberenge en Province de Bururi;
- 95.1 MHZ: Inanzerwe en Province de Makamba.

Elle possède un seul centre de production et d'émission et couvre la ville de Bujumbura et ses environs. Son siège se trouve à Bujumbura. Elle a été créée dans le but d'informer la population pour que les pages sombres de l'histoire Burundaise ne se répètent plus. Selon son Directeur, Innocent Muhozi, pour arriver à son objectif, la radio RENAISSANCE se centre sur l'analyse des événements car souvent les informations sont données sans qu'elles soient analysées (Palmans, 2008, p.141). De surcroît, elle veut diffuser la culture pour combler le manque de livres et d'activités culturelles au Burundi. Ainsi, elle diffuse quelques programmes culturels de l'extérieur et donne beaucoup plus d'importance aux émissions musicales sur base de l'idée disant qu'à travers la musique la culture peut se propager. Sa ligne éditoriale est : analyse des éléments et diffusion de la culture. Ses émissions se centrent sur les événements, la culture, la musique, etc et se dirigent à tout public.

Les émissions de la radio RENAISSANCE se réalisent en Français à 45%, en Kirundi à 40% et en Swahili à 15% (Palmans, 2008, p.141). Sur les langues d'émission, la radio Renaissance fait différence avec les autres radios pour lesquelles le Kirundi prend le devant pour s'adresser à la majorité de la population Burundaise.

Signalons que nous n'avons pas eu accès à toutes les données nécessaires à la rédaction de notre travail sur cette radio car elle est suspendue depuis mai 2015 et d'après le CNC, elle est donc en attente d'exécution (CNC, 30 juin 2015).

5.4.8. Radio Fréquence Menya

La Radio Fréquence Menya a été initiée par l'Association sans but lucratif, MENYA MEDIA de droit burundais.

MENYA MEDIA ASBL¹³⁵ MENYA MEDIA ASBL Burundi est active depuis 2001 au Burundi et dans la région des Grands Lacs. Cette association MENYA MEDIA ASBL International est basé à Bruxelles et active depuis 2010. Son slogan est : le développement par les médias et la culture.

MENYA MEDIA est une équipe jeune et dynamique. Elle comprend des jeunes Burundais et Burundaises qui utilisent ces structures comme plate-forme pour s'exprimer et pour développer leur pays et leurs propres talents. Puisque Menya Media veut être un programme durable, cette équipe a trois programmes d'intervention:

- **Un programme de communication** : Un programme de sensibilisation et de formation aux problématiques de développement (SIDA, Démocratie, Handicap,...) en utilisant tous les supports de communication modernes et traditionnels ;
- **Un programme de culture** : Un programme des artistes Burundais, de leurs productions, de leurs messages et de leur culture (CD, Concerts, Festivals,...) ;

¹³⁵ http://menya-media.org/?page_id=143 [visité le 13 mai 2017]

- **Un programme audiovisuel :** Un programme de développement culturel et économique par la production et la promotion de documentaires, de clips et de fictions sur support audiovisuels modernes.

Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 15 avril 2008, mais a lancée ses activités en juillet 2012¹³⁶. La radio Fréquence Menya a accédé à la Fréquence par l'ARCT et émet sur : 88.9 MHZ : Bujumbura.

La radio Fréquence Menya ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission et ses émissions ne couvrent pas tout le territoire national, elles couvrent la Mairie de Bujumbura et les Provinces environnantes. En ligne elle émet sur : www.menya-media.org. Son siège est localisé au Quartier Asiatique, 7eme Avenue du Lac n° 7, Bujumbura Mairie.

La Radio Fréquence Menya est spécialisée en Musique. Elle a été créée dans l'objectif de promouvoir le développement par les médias et la culture

Sa ligne éditoriale est la suivante : Promotion du développement par les médias et la culture et ses émissions se centrent sur la musique et les publicités de ces artistes. Ses émissions se réalisent en Kirundi, en Français, en Swahili et en Anglais et s'adressent à tout public en général et les amateurs de la musique se trouvant dans la tranche d'âge de 15 à 35 ans en particulier.

Les responsables de la Radio Fréquence Menya affirment que la radio s'autofinance à travers les publicités et les communiqués. Mais les informations se trouvant sur la page web de cette dernière révèle qu'elle a bénéficié de l'appui en partenariat des institutions et/organisations suivantes dans le cadre de la réalisation de projets concrets :

La Coopération Technique Belge, la Commission européenne, la Coopération Allemande (GTZ), la Coopération Française (CELEC), l'UNESCO, le Conseil National de Lutte contre le SIDA, le FNUAP, la Communauté Française de Belgique, le Vlaamse Audiovisuel Fund, le ministère belge des Affaires Etrangères, L'ambassade de Belgique au Burundi, wallonie Bruxelles international, Le Centre du Cinéma Rwandais, les 3TAMIS, le CRS, CASIW,

¹³⁶ http://menya-media.org/?page_id=96 [visité le 13 mai 2017]

INADES, L'ONUB, PSI, CUT ! sprl, la RTBF, la Commune de Berchem Ste Agathe, Tempo Africel, Interbank et autres privés burundais et belges... (http://menya-media.org/?page_id=66 [visité le 13 mai 2017]).

Elle jouit d'un soutien permanent dans toutes ses actions du « Ministère Burundais de la jeunesse, des Sports et de la Culture, le Conseil National de la Communication (CNC Burundi), les médias burundais (RPA, Radio Isanganiro, RTNB, télé Renaissance, IWACU, ...), les artistes du Burundi et nombreux autres sympathisants ». De surcroit, elle bénéficie de l'appui de ses partenaires et bailleurs qui sont : « CUT ! sprl, la Communauté Française de Belgique, le Vlaamse Audiovisuel Fund, Le Ministère belge des Affaires Etrangères, le Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Culture du Burundi, la GTZ, l'UNESCO, et autres » (http://menya-media.org/?page_id=66 [visité le 13 mai 2017]).

La radio compte 3 journalistes et 2 techniciens de niveau A2 et Licence et tous ont fait une formation culturelle. Ils reçoivent des formations organisées par MENYA MEDIA, Pays de la Loire et RSF. Concernant les origines de ces journalistes et techniciens, deux d'entre eux proviennent de la capitale et les trois autres de l'intérieur du pays.

5.4.9. Radio Ijwi ry'Umukenyazi

La Radio Ijwi ry'Umukenyazi (La voix de la femme) est une radio par les femmes et pour les femmes créée par l'Association DUSHIREHAMWE (DH) en 2008 (Statuts de la RIU, art.5). La gestion de La Radio Ijwi ry'Umukenyazi est assurée par Association DUSHIREHAMWE (DH) et la communauté de Giheta. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 29 mars 2013. Elle a obtenu la fréquence par l'ARCT et émet sur 92.2 MHZ. La RIU ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Néanmoins, elle compte 27 radios clubs ou clubs d'écoute communautaires constituées particulièrement par les femmes, dont elle porte loin la voix comme l'indique son appellation « la voix de la femme » et 15 radios clubs des jeunes scolarisés et non scolarisés dans les zones de Giheta et Kabanga (Statuts de la RIU, art.5).

Actuellement, la RIU couvre les provinces de Gitega, Karuzi, Rutana, Ruyigi, Mwaro, Muramvya, Kayanza, quelques communes de Ngozi et Muyinga. La RIU a son siège sur la colline Ruhanza en Commune Giheta, Province Gitega.

La RIU a été initiée pour la mise en place d'outil de création d'un espace d'expression pour la femme en vue de promouvoir son développement et ses droits. Ainsi, elle vise une communauté de femmes informées, formées, épanouies et engagées sur la scène sociale, économique et politique. Sa mission est de contribuer à l'émergence d'une communauté respectueuse des valeurs, des libertés et des droits fondamentaux de la personne humaine en général et de la femme en particulier, communauté où les femmes participent à leur propre épanouissement (Statuts de la RIU, art.4). Pour aboutir à sa mission, la RIU s'est fixée les objectifs suivants (Statuts de la RIU, art.5):

- 1) Promouvoir le désenclavement informationnel de la communauté de Giheta.
- 2) Renforcer les capacités des femmes et des filles, par des actions d'éducation, d'animation pour une jouissance optimale de leurs droits de liberté, dans la gestion de la vie sociale, culturelle, économique et politique du pays.
- 3) Favoriser la synergie entre la population, l'administration à la base et communale, dans la mise en œuvre du plan communal de développement communautaire et une bonne gouvernance locale.
- 4) Développer des activités éducatives, sociales, culturelles, économiques et promotionnelles en faveur des droits des femmes.

Sa ligne éditoriale est : Agir localement, pour transformer globalement afin de promouvoir la femme. En tant que Radio Communautaire, sa grille de programme contient des thèmes variés selon les besoins de la communauté, dont plus de 60% concernent le développement de la femme/fille. Elle tient compte des grandes préoccupations de la population de cette localité.

Les principaux thèmes abordés dans les émissions concernent : la Santé, l'Agriculture et l'Elevage, les Droits Humains, les Violences basées sur le Genre, le rôle de la femme dans la consolidation de la paix et la résolution des conflits communautaires, l'Education, la Culture, l'auto-développement, etc. Les

émissions de la RIU se réalisent en Kirundi à 99 % et Anglais à 1 % (Une émission des jeunes) (Entretien avec Madame Isabelle RUSUKU, Directrice de la RIU, le 15/04/2016). Ses émissions s'adressent à tout public en général et au sexe féminin en particulier.

Son financement provient de divers partenaires: Deutsche Welle Akademie (DWA); Institut Panos Grands Lacs et autres partenaires a qui l'Association présente des projets. Elle dispose de 7 employés dont 1 Technicien et 6 journalistes (enseignants bénévoles) et 36 correspondants collinaires formés par DWA et la Maison de la Presse. Hormis ce Technicien de niveau A2, les autres sont formés par DWA, Maison de la Presse et l'UNESCO. Ils bénéficient des formations organisées par DWA, UNESCO, Maison de la Presse. Ces journalistes et techniciens proviennent de la commune Giheta.

5.4.10. Radio "COLOMBE FM"

La Radio "COLOMBE FM" est créée par le Centre Jeunes Kamenge. Celui-ci est né en 1988 lors d'une rencontre des missionnaires Xavériens expulsés et la Direction Générale de la Congrégation, après une multitude d'expulsions des religieux faite par le Président de la République Jean-Baptiste Bagaza (<http://www.cejeka.com/Nous/QuiSommes.html> [visité le 22 novembre 2016]). Dans cette réunion, les missionnaires Xavériens ont décidé de regagner le Burundi et de s'engager dans une nouvelle activité qui s'adresse aux couches marginales urbaines. Le projet a démarré en 1990 et il n'a pas été épargné par la crise de 1993 parce que le centre a beaucoup souffert de plusieurs attentats des personnes qui voulaient mettre dans l'oublie l'exemple d'une vie d'ensemble qui s'observait dans le centre. Aujourd'hui le Centre compte plus de 14.000 jeunes et une trentaine d'activités journalières dont l'alphabétisation, l'éducation sanitaire, la conscientisation sociale, la formation de groupes, etc et des dizaines d'activités sportives et culturelles, poursuivant ainsi son objectif de donner une réponse aux problèmes de la périphérie de Bujumbura, habitée pour la plus part par des jeunes qui viennent de l'intérieur du pays, et qui vivent au quotidien les problèmes de la guerre et de la violence ethnique, de la pauvreté, de la déscolarisation, du chômage, du sida et de la drogue.

Le centre essaie également de stimuler le dialogue inter-ethnique. Ses partenaires actuels sont la Conférence épiscopale italienne, la Communauté européenne, l'Unicef Burundi, les Ambassades de Belgique et de France au Burundi, le Service de coopération et développement de Lyon, le Groupe du Tessin pour le Burundi, les Centres missionnaires de Milan, Trente, Brescia et Udine, les Acli, et des centaines de bienfaiteurs.

La Radio "COLOMBE FM" a obtenu l'autorisation du CNC le 07 octobre 2013 (art. 26, chap. V du Cahier des charges de la Radio « COLOMBE FM »). Elle a obtenu la fréquence par l'ARCT et émet sur 93.2MHZ. Elle possède un seul centre de production et d'émission et couvre Bujumbura Mairie et les provinces environnantes ainsi qu'une partie d'Uvira en RDC. Son siège social est situé en Zone Cibitoke, Bujumbura Mairie. Elle est l'unique radio communautaire à se trouver dans la capitale. Au moment de son implantation, cette zone était parmi les points périphériques de la capitale et était assimilée aux zones rurales.

La Radio "COLOMBE FM" a été initiée pour créer un cadre de concertation et d'expression pour les jeunes dans la recherche des solutions à leurs problèmes. Sa ligne éditoriale est : Promouvoir une jeunesse actrice de paix, de réconciliation et du développement. Conformément à l'article 2 du Cahier des charges de la Radio « COLOMBE FM », « les émissions diffusées par cette radio sont orientées vers l'éducation de la jeunesse de la communauté en général, et ayant trait à la Santé, environnement et aux droits des citoyens, l'enfance, la musique, la Culture et au Divertissement et les langues de diffusion sont le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais (art. 2, chap. II du Cahier des charges de la Radio « COLOMBE FM »).

D'après Mnana, Directeur de cette radio, 90% des émissions sont destinées aux jeunes (entretien avec Mnana le 15 avril 2016). L'art. 10 du Cahier des charges stipule que : « Le titulaire s'engage à diffuser au moins 40% de musique et de chanson Burundaise et Africaines » (Art.10, chap. II du Cahier des charges de la Radio « COLOMBE FM »).

Son financement provient de l'Organisation des Nations Unies pour la Population (UNFPA) et des Publicités. Celles-ci sont en nombre limité ce qui fait qu'elles ne génèrent pas suffisamment de revenu ; en moyenne elles peuvent apporter 1.400.000 FBU par an, soit 200 FBU par seconde. Le nombre de communiqués est insignifiant. Mais ce sont les communiqués de décès, de perte que la radio diffuse gratuitement actuellement (Entretien avec Mnana, Directeur de la radio Colombe FM, le 10/02/2017).

La Radio "COLOMBE FM" dispose de 16 employés dont 11 journalistes et 5 techniciens. Parmi les 16, 10 sont de niveau Humanités Générales et le 6 autres sont des licenciés. Ils bénéficient des formations organisées par UNESCO et la Maison de la Presse. Tous (100%) sont de la ville de Bujumbura.

5.4.11. Radio Twitezimbere

La Radio Twitezimbere est une radio privée qui est en attente d'exécution (CNC, 30 juin 2015) ; raison pour laquelle nous n'avons eu accès à toutes les données. Cette radio a obtenu l'autorisation du CNC le 10 décembre 2014. Son siège est situé à NYANZA-LAC en Province de MAKAMBA. Comme son nom l'indique, la radio TWITEZIMBERE a été créée pour promouvoir le développement de la population locale. Sa ligne éditoriale est : Promotion du développement rurale. Ses émissions portent généralement sur le développement. Les langues de diffusion sont le Kirundi et le Français et s'adressent à tout public. Étant donné qu'elle est reliée au monde rural, il est très probable qu'elle réponde à la catégorie de radio communautaire. C'est pour cette raison qu'elle est dans cette section.

5.5. LES RADIOS PRIVÉES : CONFESIONNELLES

Selon les données apportées par le journal Iwacu¹³⁷, en 2013, le Burundi comptait 577 associations sans but lucratif à caractère religieux. Dans ce contexte,

¹³⁷ <http://www.iwacu-burundi.org/nouvelle-loi-sur-les-eglises-contestee-liberte-de-culte/>

9 radios sont développées par ce genre d'initiateurs. Elles sont de confessions catholique, chrétienne et musulmane.

5.5.1. Radios catholiques

Le Burundi ne compte que deux radios catholiques : une appartient à la chaîne Radio Maria, et l'autre a été créée par la Conférence épiscopale burundaise.

5.5.1.1. *Radio María Burundi*

La Radio María Burundi est une radio qui a été initiée par l'Eglise Catholique avec l'appui du Pape Jean Paul II et par l'intermédiaire de Monseigneur Joachim Ruhuna. La Radio MARIA BURUNDI a reçu l'autorisation du CNC le 22 décembre 2003. Les fréquences d'émission lui ont été accordées par l'ARCT et elle émet sur :

- 98.40 MHZ: Bujumbura ;
- 98.40 MHZ: Gitega;
- 106 MHZ: Manga;
- 96.2 MHZ : Inyange.

La Radio María Burundi dispose de deux centres de production et d'émission (Bujumbura et Gitega) et un Studio mobile dans les différentes paroisses du pays et couvre tout le territoire national. Ses émissions s'émettent également en ligne à travers son site web: www.radiomaria.bi. Son siège se trouve au Quartier Gihosha, Bujumbura Mairie, B.P.: 490 Gitega.

La Radio MARIA BURUNDI a été fondée dans le but de l'Evangelisation. Elle réalise ses émissions en suivant la ligne éditoriale suivante : Informer, former et divertir et toutes ses émissions se centrent sur la Formation spirituelle et humaine. Ses émissions se réalisent en Kirundi, en Français et en Swahili. Les émissions de la Radio Maria Burundi s'adressent à tout public.

Le financement de la Radio Maria Burundi provient des Contributions des auditeurs, l'Assistance de la famille mondiale, Subventions et dons.

La radio dispose de 15 journalistes constitués par des licenciés, des lauréats des Humanités Générales et des techniciens et 70 bénévoles. Ces bénévoles proviennent généralement des différentes paroisses du pays. Ils reçoivent des formations internes organisées par Radio Maria Burundi et les formations externes organisées par la Maison de la Presse, l'UNESCO, L'UE à travers différents projets et l'I.P.G.L.

Ces journalistes proviennent des différentes provinces du pays à condition qu'ils soient de la Religion Catholique.

5.5.1.2. Ijwi ry' AMAHORO (La voix de la Paix)

La Radio Ijwi ry' AMAHORO est initiée par la Conférence des Evêques Catholiques du Burundi (CECAB) en appui de la Conférence des Evêques de l'Italie. Sa gestion est assurée par la Conférence des Evêques Catholiques du Burundi. La radio « Ijwi ry' Amahoro » a démarré officiellement ses activités le 21 avril 2006 à Bujumbura (Ntiyanogeye, 2008, p.32). Pourtant le CNC affirme que cette radio a obtenu l'autorisation du CNC le 30 décembre 2013 (CNC, 30 juin 2015).

La Radio Voix de la paix a accédé à la fréquence d'émission par l'ARCT et émet sur : 102.1 MHZ : Bujumbura. Elle ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Ses émissions couvrent Bujumbura et les provinces environnantes ainsi qu'une partie de la RDC. Son siège se trouve en Mairie de Bujumbura. La radio Ijwi ry' AMAHORO a été fondée pour promouvoir la nouvelle évangélisation, la réconciliation, la culture et le développement. La ligne éditoriale de radio Ijwi ry' AMAHORO est composée par les thèmes suivants : promouvoir la nouvelle évangélisation, la paix et la réconciliation, l'acceptation mutuelle, la culture et le développement. Ses émissions sont en grande partie religieuses, se réalisent en Kirundi, en Français, et en Swahili et s'adressent à tout public en général et aux chrétiens Catholiques en particulier.

Le financement de la Radio Ijwi ry' AMAHORO est assuré par la Conférence des Evêques du Burundi, la Conférence des Evêques de l'Italie et des donations des fidèles auditeurs.

Soulignons que nous n'avons pas obtenu à toutes les données nécessaires à la rédaction de notre travail parce que la radio n'était pas en activité lors de la réalisation de notre travail par défaut de moyens financiers (Ndayizeye, 2013). Ce problème financier aurait comme cause l'insuffisance de formation en management des entreprises (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 110).

5.5.2. Radios chrétiennes

5.5.2.1. *Radio Voix d'Espoir – Ijwi Riremesha*

La Radio Voix d'Espoir (IJWI RIREMESHHA) a été créée par l'Eglise méthodiste Libre du Burundi à travers l'Université Espoir d'Afrique. La gestion de la Radio Voix d'Espoir (IJWI RIREMESHHA) est assurée par l'Université Espoir d'Afrique. Elle a eu l'autorisation du CNC le 15 avril 2008. La Radio Voix d'Espoir a accédé aux fréquences d'émission par l'ARCT, et émet sur les fréquences suivantes : 107.8 MHZ : Manga ; 94.3 MHZ : Bujumbura

Cette radio ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission et pourtant ses émissions couvrent tout le territoire national du pays. Son siège se localise au Quartier Kigobe, Commune Ntakangwa, à Bujumbura.

La Radio Voix d'Espoir a été initiée pour redonner de l'espoir à la population battue par la crise de 1993, pour évangéliser et pour servir de Laboratoire pour les étudiants du département de la Communication.

La Radio Voix d'Espoir a comme ligne éditoriale : Redonner de l'espoir à la population. Ses émissions portent sur les thèmes suivants : Evangélisation, Santé, informations en rapport avec les femmes et les enfants, le développement et la réconciliation, la Paix et la réconciliation. Les émissions de la Radio Voix d'Espoir se réalisent en Kirundi à 70%, Swahili à 15%, Français à 10% et Anglais à 5% et se dirigent à tout public en général et aux Jeunes burundais de 13 à 35ans en particulier.

Le financement de la Radio Voix d'Espoir provient de l'Université Espoir d'Afrique. La radio dispose de 11 journalistes et techniciens dont 2 Maîtres, 6 Licenciés et 3 de formation Humanités Générales et Technique. Ils reçoivent les

formations organisées par Université Espoir d'Afrique, la M.P, UNESCO et Search for Common Ground.

De ces 11 journalistes et techniciens, uniquement 2 proviennent de la capitale tandis que les 9 qui restent, soit 81,81% proviennent de l'intérieur du pays.

5.5.2.2. *Radio AGAKIZA*

La Radio AGAKIZA est une radio privée confessionnelle qui a vu le jour de la main de l'Eglise Adventiste du 7eme jour (ASBL) La Radio AGAKIZA a acquit l'autorisation du CNC en date du 28 septembre 2004. Comme pour les autres médias déjà analysé, les fréquences d'émission lui ont été accordées par l'ARCT et émet sur : 101.8MHZ: Manga; 97.9MHZ: Bujumbura.

La Radio AGAKIZA ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Elle ne couvre pas tout le territoire national du pays car ses émissions n'arrivent pas au sud, elle ne couvre que la Capital de Bujumbura et ses environs. Pourtant elle franchit les frontières du pays et couvre une partie de la RDC et du Rwanda via la plaine de l'Imbo (une des régions naturelles du Burundi). Elle a son siège au Quartier Jabe, Bujumbura Mairie. La Radio AGAKIZA a été fondée dans le but de l'Evangélisation. Sa ligne éditoriale est composée par les points suivants :

- Elever le Christ ;
- Donner l'espoir en enseignant l'amour entre les gens ;
- Encourager l'unité, l'harmonie, la paix et la réconciliation ;
- Promouvoir l'éducation a la sante et a la jeunesse, en organisant des des émissions animées par les Bashingantahe, les Médecins, les spécialistes, les avocats, etc.
- Promouvoir le développement en général ;
- Encourager l'inspiration en musique ;
- Faire connaitre l'image de l'Eglise Adventiste du 7^{eme} Jour au Burundi

Les émissions de la Radio **AGAKIZA** sont à caractère religieux, social, éducatif et économique, elles se réalisent en Kirundi, en Français et en Swahili et s'adressent à tout public.

Le financement de la Radio **AGAKIZA** provient des Cotisations des membres fondateurs s'élevant à 1000fbu par mois et par membre, des subventions trimestrielles de l'Eglise Adventiste du 7^{eme} jour, des Dons et legs des personnes physiques et morales nationales et internationales.

La radio dispose de 6 journalistes et 5 techniciens, tous sont des licenciés qui ont bénéficié d'une formation en Journalisme. Ils reçoivent également des formations internes organisées par l'Eglise Adventiste du 7^{eme} jour. Les autres formations sont organisées par la Maison de la Presse et Transford Radio. Parmi les 11, une seule personne est originaire de la ville de Bujumbura tandis que les autres, soit 91% proviennent de l'intérieur du pays.

5.5.2.3. *Radio IVYIZIGIRO*

La Radio IVYIZIGIRO est une qui a été fondée par l'Eglise Pentecotiste avec l'appui de World Outreach Initiatives. Ainsi, elle est gérée par l'ONG World Outreach Initiatives (WOI).

WOI

World Outreach Initiatives est une organisation chrétienne sans but lucratif qui œuvre dans le développement intégral des communautés. WOI a été fondée en 1999 par feu Samuel NIMUBONA mais a été agréée en 2000. La principale préoccupation du fondateur était d'apporter une contribution à la reconstitution du tissu social burundais meurtri par les guerres civiles par initiatives d'assistance au développement. Malheureusement il n'a pas pu continuer sa mission parce que lui-même a été assassiné en 2002 dans la capitale Bujumbura tout près de son domicile à Kiriri (Entretien avec le Directeur de la Radio Ivyizigiro les dates de 07 et 08 février 2017).

WOI s'est fixé les objectifs suivants (Entretien avec le Directeur de la Radio Ivyizigiro les dates de 07 et 08 février 2017):

- a. **Objectif global** : L'objectif global de WOI est d'améliorer les conditions de vie des de communautés pauvres et vulnérables.
- b. **Les objectifs spécifiques sont les suivants** :

- Promouvoir la santé communautaire,
- Fournir aux communautés vulnérables une assistance d'urgence et au développement,
- Soutenir les communautés pauvres dans des projets de développement.

La Radio IVYIZIGIRO a obtenu l'autorisation du CNC le 28 avril 2000.

La fréquence d'émission lui a été accordée par l'ARCT et émet sur les fréquences suivantes (Entretien avec le Directeur de la Radio Ivyizigiro les dates de 07 et 08 février 2017) :

- 90.8 MHZ à INANZERWE en province de BURURI
- 90.9 MHZ à KIGOBE en province de BUJUMBURA
- 91.3 MHZ à MUTUMBA en province de KIRUNDO et
- 104.8 MHZ à MANGA en province de BUJUMBURA RURAL

La radio IVYIZIGIRO ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission, mais elle couvre le territoire national et International à travers son site web: www.radioivyizigiro.org et une partie de la RDC. Elle s'est installée au Quartier Kigobe, Bujumbura Mairie, B.P.: 6445 Bujumbura.

La radio IVYIZIGIRO a été fondée dans le but d'amener les âmes à Christ, pour produire des émissions en rapport avec la paix, le développement, la réconciliation et la valorisation de la culture nationale sur base de la bible. Elle réalise ses émissions en suivant la ligne éditoriale suivante : Religion, paix et réconciliation, développement et valorisation de la culture. La Radio Ivyizigiro contribue au développement intégral de la population par des programmes radiophoniques variés dans des catégories différentes (Entretien avec le Directeur de la Radio Ivyizigiro , avril 2016): Evangélisation (enseignement biblique, prédication, affermissement); Education à la paix; Réconciliation; Développement; Témoignage; Information (Mbariza); Santé, hygiène et lutte contre le VIH; Le genre et la famille; Enfants; Jeunes; Culture; Le bien – être de la population; L'enseignement des langues (Swahili et Anglais de Habari Maalum); L'environnement et l'agriculture; Divertissement; Les chansons.

Les émissions de la radio IVYIZIGIRO se réalisent en Kirundi, en Français, en Anglais et en Swahili et s'adressent à tout public en général et plus particulièrement aux leaders, aux femmes et aux enfants.

Le financement de la Radio Ivyizigiro provient de l'ONG WOI, Subventions et dons. La radio fait aussi des publicités dans des domaines qui cadrent avec sa ligne éditoriale notamment les spots des portes paroles du gouvernement pour annoncer le rendez-vous en cas d'une conférence publique, les spots en rapport avec la santé, l'éducation, la nutrition, les droits de l'enfant, les droits de la femme donc de la personne humaine, les croisades d'évangélisation, les concerts évangéliques et les spots commerciaux. Pour les communiqués, la radio diffuse: les cas de décès, de levée de deuil, les appels d'offre, des rencontres évangéliques, des séminaires, etc. Economiquement, les publicités et les communiqués ne produisent pas grands effets en ce qui concerne le budget car les publicités apportent autour de 10% tandis que les communiqués n'apportent qu'1% du budget. La radio reçoit et diffuse également des émissions payantes qui génèrent 50% du budget. Il est évident que ces émissions payantes participent beaucoup dans le développement de la radio et de ses activités.

La radio emploie 5 journalistes, 4 techniciens et 3 journalistes volontaires. Ce groupe renferme des Maîtres, des Licenciés, des Humanistes Générales et des techniciens A2. Ils reçoivent des formations internes organisées par Radio Ivyizigiro et les formations externes organisées par la Maison de la Presse, I.P.G.L, etc. Malgré l'implantation de la Radio Ivyizigiro dans la capitale du pays, tous ses journalistes et techniciens proviennent de l'intérieur du pays.

5.5.2.4. Radio « *Destinity FM* »

La Radio « DESTINY FM » est initiée par le Ministère El-Shadai de Bujumbura (Mouvement Evangélique). Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 18 août 2014. La fréquence lui a été octroyée par l'ARCT et émet sur 90,5MHZ (Murowintore, 10 novembre, 2016¹³⁸. Elle dispose un seul centre de production et d'émission et ses émissions couvrent Bujumbura et ses environs. Elle s'est implantée à Bujumbura Mairie. La Radio « DESTINY FM » a été initiée pour promouvoir l'évangélisation. Sa ligne éditoriale est proclamer la parole de Dieu, mais aussi elle diffuse des émissions en matière de Santé, de Justice et de

¹³⁸ <http://burundi-agnews.org/sports-and-games/burundi-nouveau-media-radio-destiny-fm-captée-sur-90-5-a-bujumbura/>[visitée le 01 février 2017]

Leadership. Ses émissions portent sur la religion, la Santé, la Justice et les leaderships. Ses émissions se réalisent en Français, en Kirundi et en Swahili et s'adressent à tout public.

Elle a été inaugurée le 10 novembre 2016 en présence de M. Nestor BANKUMUKUNZI, Ministre burundais des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Médias. Son financement est assuré par le Ministère El-Shadai de Bujumbura.

Cette étude n'a pas eu accès à toutes les données car au moment de la réalisation de cette enquête la radio était en attente d'exécution (CNC, 30 juin 2015).

5.5.2.5 *Radio Ntumbero FM*

La Radio Ntumbero FM a été créée par l'Association « Réseau des Jeunes Chrétiens dans la Lutte contre le VIH/SIDA au Burundi » RJCLS-Burundi.

Association RJCLS-Burundi a été initiée par les jeunes chrétiens Burundais, après avoir constaté qu'ils ont un rôle important dans la lutte contre le VIH/SIDA et que « Dans différentes Eglises Chrétiennes, beaucoup de jeunes ne sont pas informés sur le VIH/SIDA et surtout de la manière de se protéger mais aussi du comportement à adopter face à cette épidémie »¹³⁹. Par conséquent, ils ont décidé de s'unir avec les autres organisations ayant la mission de lutter contre ce fléau. Les membres du RJCLS-Burundi se sont fixés les objectifs :

- Sensibiliser la jeunesse sur le VIH/SIDA
- Aider les jeunes séropositifs et les jeunes orphelins du SIDA pour leur prise en charge.
- Créer un réseau national de jeunes ayant pour mission la lutte contre le VIH/SIDA
- Créer une radio diffuseur des émissions sur la santé en général et sur le Sida en particulier ¹⁴⁰.

¹³⁹ <http://arjcls.e-monsite.com/pages/a-publier.html> [visité le 16/02/2017]

¹⁴⁰ <http://arjcls.e-monsite.com/pages/a-publier.html> [visité le 16/02/2017]

Sans doute, c'est dans cette optique que ces jeunes ont pensé à initier la Radio Ntumbero FM. La Radio Ntumbero FM a eu l'autorisation du CNC le 10 décembre 2015 et a lancé ses activités officiellement le 24 novembre 2016 à Bujumbura, dans les enceintes de la Maison de la Presse du Burundi sous le patronage du Gouvernement du Burundi¹⁴¹.

La Radio Ntumbero FM a accédé à la fréquence d'émission par l'ARCT et émet 24h sur 24 tous les jours sur la fréquence de 94.6 MHz. Elle ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission se trouvant à Bujumbura, mais elle dispose d'un projet d'installation d'une station à Ngozi. Ses émissions couvrent Bujumbura et ses environs dans les premiers temps et tout le territoire dans le futur. Son siège se localise à Bujumbura.

La Radio Ntumbero FM a été initiée dans le but de réalisation des programmes de production et diffusion des émissions visant la population comme cible en vue d'améliorer ses conditions de vie dans l'intégrité (lettre de demande d'autorisation d'exploitation du 24 mars 2015).

La ligne éditoriale de Radio Ntumbero FM comprend cinq points essentiels : Présenter des messages religieux pour enseigner la vérité chrétienne en divers aspects ; Former la population en présentant des programmes éducatifs sur divers aspects de la vie tels que la parole de Dieu, la Santé, l'agriculture et l'élevage, l'alphabétisation, les langues, la technologie et la culture ; Promouvoir les idéaux de réconciliation, d'unité et de cohabitation pacifique ; Offrir à la population des nouvelles d'actualité à l'exception des nouvelles divisionnistes ou destructives et diffuser des messages visant la protection des groupes vulnérables, les enfants et les jeunes en particulier (cahier des charges, art. 4, p. 4).

La diffusion se fait en quatre langues à savoir le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais et les émissions se dirigent à tout public. (Nduwayezu, 24 nov.2016).¹⁴²

¹⁴¹<http://burundi-agnews.org/sports-and-games/burundi-media-nouvelle-radio-privee-radio-ntumbero-fm/> [visité le 16 février 2017].

¹⁴²Discours disponible sur : <http://burundi-agnews.org/sports-and-games/burundi-media-nouvelle-radio-privee-radio-ntumbero-fm/> [visité le 16 février 2017].

Le financement de la Radio Ntumbero provient des investissements du RJCLS en grande partie. Les autres financements proviennent des financements/subventions, des dons et legs, des publicités et communiqués.

5.5.3. Radios musulmanes

5.5.3.1. *Radio Voix d'Afrique*

La Radio La Voix d'Afrique est une qui a été initiée par la Communauté Islamique du Burundi (COMIBU). Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 07 septembre 2012. La Radio Voix d'Espoir a accédé à la fréquence d'émission par l'ARCT et émet sur : 91.8 MHZ : Bujumbura.

La Radio La Voix d'Afrique ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Ses émissions couvrent Bujumbura et les provinces environnantes ainsi qu'une partie de la RDC. Son siège se trouve en Mairie de Bujumbura.

La Radio La Voix d'Afrique a été fondée pour promouvoir l'évangélisation. Sa ligne éditoriale est l'évangélisation. Les émissions de la Radio La Voix d'Afrique sont en grande partie religieuses, se réalisent en Kirundi, en Français, en Swahili, en Anglais et en Arabe et s'adressent à tout public en général et à la communauté musulmane en particulier. La Radio La Voix d'Afrique est financée par la communauté Islamique du Burundi sur ces fonds propres. Signalons que nous n'avons pu accéder à toutes les données nécessaires à la rédaction de notre travail car au moment de la réalisation de notre enquête la radio n'était pas en fonction.

5.5.3.2. *Radio SALAMA*

La Radio SALAMA, appelée également « La Voix de la Réconciliation » est une radio musulmane qui a été initiée par l'Association de la Fondation Salama. La Radio SALAMA a obtenu l'autorisation du CNC le 15 octobre 2006.

La Radio SALAMA a accédé à la fréquence d'émission par l'ARCT et émet sur : 104.4MHZ : Manga ; 92.3MHZ : Bujumbura.

La Radio SALAMA ne dispose que d'un seul centre de production et d'émission. Ses émissions couvrent tout le territoire national du pays et une partie des pays frontaliers entre autre la RDC. Le siège de la Radio SALAMA se trouve en Commune Mukaza, zone Buyenzi, 5eme Avenue 1, B.P.: 2607 Bujumbura.

La Radio SALAMA a été fondée dans le but de donner la parole à la population, de promouvoir la paix, la réconciliation et le développement. Sa ligne éditoriale est la suivante : Paix, réconciliation et développement. Les émissions de la Radio SALAMA se centrent sur la religion, l'économie, la sante, la paix, la réconciliation, l'environnement, le développement, etc. Ses émissions se réalisent en Kirundi, en Français et en Swahili et s'adressent à tout public en général et les musulmans en particulier.

Le financement de la Radio **SALAMA** provient des Publicités et aides en provenance des pays Arabes. La Radio **SALAMA** dispose de 37 employés dont 26 journalistes et 11 techniciens de formation Humanités Générales, Licence et Technique. Ils reçoivent les formations organisées par la Maison de la Presse, IPGL et autres. Parmi les 37, 32 journalistes soit 86,5% proviennent de la Capitale tandis que les 5 qui restent soit 13,5% proviennent de l'intérieur du pays.

Sur l'originalité du personnel, la Radio Salama et la Radio « COLOMBE FM » font exception parce que la majorité (86,5%), pour la Radio SALAMA ou la totalité (100%), pour la radio « COLOMBE » de leur personnel (Journalistes et techniciens) provient de la capitale du pays alors que pour les autres médias déjà analysés la plupart des journalistes et techniciens proviennent de l'intérieur du pays

5.6. LES RADIOS INTERNATIONALES

Avant 1998, certaines radios étrangères étaient accessibles en ondes courtes¹⁴³. A partir de cette année, elles se sont installées à Bujumbura en FM RFI en 1998 ; BBC en 2000 et VOA en 2003 (Palmans, 2008, p.142). A côté de ces trois grandes radios s'ajoutent la Voix de l'Allemagne (Deutsche Welle) (dans une moindre mesure) et la Radio Chine Internationale créée en 2013¹⁴⁴. Partant, le Burundi compte 5 radios internationales. La BBC, la VOA et la RFI sont qualifiées comme des grandes radios internationales captées sur FM dans le pays.

5.6.1. La Radio France Internationale (RFI)

La RFI a été agréée en 1998 au Burundi (Palmans, 2008, p.142). Elle émet en FM au Burundi en FM grâce à son accès à la fréquence par l'ARCT et couvre tout le territoire national.

Sa ligne éditoriale est : Promouvoir l'information et la culture. Ses émissions portent sur la politique, la culture et le divertissement. Au Burundi, son siège se trouve en Mairie de Bujumbura. Sa langue d'émission le Français constitue un facteur limitant en ce qui concerne son audience parce qu'une grande partie de la population n'a pas la capacité de suivre les émissions en cette langue étrangère. Le financement de la RFI provient du gouvernement Français. Signalons que nous n'avons pas pu accéder à toutes les informations utiles pour analyser cette radio faute de contact avec les correspondants de cette dernière à Bujumbura.

5.6.2. British Broadcasting Corporation (BBC)

La British Broadcasting Corporation (BBC) a été agréée en 2000 (Palmans, 2008, p.142). Comme toutes les autres radios étrangères, la BBC émet en FM au Burundi parce que l'ARCT lui a donné l'accès à la fréquence et ses émissions couvrent tout le territoire national et International, surtout dans les pays des Grands Lacs.

¹⁴³ <http://french.cri.cn/621/2013/05/15/304s324635.htm> [visité le 15 février 2017].

¹⁴⁴ <http://french.cri.cn/621/2013/05/15/304s324635.htm> [visité le 15 février 2017].

La BBC a été créée pour faciliter la rencontre aux familles séparées par la guerre, offrir l'information sur le Burundi, le Rwanda, l'Afrique et le Monde entier d'où son slogan de « GAHUZAMIRYANGO ». Sa ligne éditoriale : « GAHUZAMIRYANGO ». Ses émissions portent sur la politique, la réconciliation, le divertissement, etc. Au Burundi, son siège se localise en Mairie de Bujumbura. Pour le Burundi et le Rwanda, la BBC emploie le Kirundi et le Kinyarwanda en grande partie comme langues de diffusion pour être entendue par toutes les couches sociales de ces deux pays. Les émissions de la BBC s'adressent à tout public. La BBC est financée par le Royaume Unie. Comme pour la RFI, il nous a été impossible d'accéder à toutes les données nécessaires à l'analyse de la BBC.

5.6.3. Radio « La Voix de l'Amérique (VOA) »

La radio VOA au Burundi a été fondée par le Gouvernement Américain en collaboration avec le Gouvernement burundais. Elle a été agréée le 03 décembre 2013, selon le CNC, par contre, il existe des évidences qui offre une date différente, « la VOA s'est installée en FM à Bujumbura en 2003 » (Palmans, 2008, p.142). Cette année là, 2003, la VOA a réalisé une étude sur les radios les plus écoutées (Ntiyanogeye, 2008, p.37). Donc, cela témoigne que la VOA en FM a existé avant 2013.

Évidemment elle s'écoutait bien avant en onde courte. « avant même la création du CNC en 1992 elle émettait en ondes courtes (Short Wave : SW) (Entretien avec l'Analyste et observateur des médias au CNC, le 17 nov. 2016).

La radio VOA a été créée en vue de promouvoir les notions de démocratie, droit de l'homme, informer, former et divertir. La radio VOA a accédé à la Fréquence par l'ARCT et émet sur : 94.9 MHZ et 95.2MHZ. La radio VOA émet depuis Washington DC (District de Columbia) (USA), mais elle compte des journalistes au Burundi ¹⁴⁵

¹⁴⁵ Evariste Nzikobanyanka, Fidèle Antoine Nsabimana, Fidélité Ishatse et Eloge-Willy Kaneza sont basés à Bujumbura. (2015)

Les émissions de la VOA couvrent tout le territoire national et International, surtout dans les pays des Grands Lacs. Au Burundi, son siège se trouve en Mairie de Bujumbura. Sa ligne éditoriale est la suivante : Equilibre de l'information et ses émissions se centrent sur la Politique, le Social et l'Economique et s'adressent à tout public. Ses émissions se réalisent en Kirundi, en Kinyarwanda pour le Burundi et le Rwanda. Les autres langues utilisées sont le Français et l'Anglais et le Swahili.

La Radio VOA est financée par les subventions du gouvernement Américain. La radio compte 7 journalistes tous de niveau Licence. Ils bénéficient les formations organisées par VOA et la M.P. Ces journalistes proviennent des différentes provinces du pays du Burundi.

5.6.4. Radio Chine Internationale

La Radio Chine Internationale (CRI) a été initiée par le Gouvernement (<http://www.arct.gov.bi/> [visité le 29 septembre 2016]). Sa gestion est assurée par le Gouvernement Chinois à travers le Ministère Chinois de la Communication. Elle a obtenu l'autorisation du CNC le 19 avril 2012 et a lancé officiellement ses émissions en FM au Burundi le 12 mai 2013. La CRI a accédé à la fréquence par l'ARCT et émet sur 89,2 MHZ. Sur le territoire Burundais, la CRI a un seul centre de production et d'émission se trouvant à Bujumbura et couvre la ville de Bujumbura et les provinces environnantes, mais elle est diffusée dans 23 villes de 11 pays africains (<http://french.cri.cn/621/2013/05/15/304s324635.htm> [visité le 15 février 2017]). Au Burundi, la CRI à son siège à Bujumbura, capitale du pays.

La CRI a été créée en vue de promouvoir la compréhension entre la Chine et le reste du monde à travers l'échange d'informations, la coopération médiatique et la promotion culturelle. Ainsi, la Chine veut mettre en application l'Accord Culturelle entre elle et le Burundi de 2011 à 2014 pour faciliter les échanges culturels et nouer des liens étroits entre le peuple Burundais et le peuple Chinois (Xuzhong, 12 mai 2013). La ligne éditoriale de la CRI suit la politique étrangère de la chine de non ingérence dans des Affaires intérieurs des autres pays. Partant, elle est ainsi formulée: Promotion de la culture entre la chine et le Burundi afin de renforcer la compréhension mutuelle entre les deux pays et puis

entre la Chine et le reste du monde. Ses émissions se centrent sur la promotion de la culture Chinoise.

Depuis le 21 décembre 2015, la CRI a lancé 2 heures d'émissions francophones en direct à travers le monde et à Bujumbura cette émission est programmée à 21h00. Cette émission concerne les journaux, insolites (émissions qui ne sont pas dans l'ordre ordinaire des programmes), la musique chinoise et mondiale¹⁴⁶. Au Burundi, les émissions de la CRI sont programmées en français et en swahili, dont 21 heures en français et 3 heures en swahili. Ainsi, son audience est composée par la population cultivée et une partie de la population des quartiers où on parle le Swahili ainsi que les autres personnes pouvant comprendre au moins l'une des deux langues. La CRI est financé par le Gouvernement Chinois.

5.6.5. La Voix de l'Allemagne (Deutsche Welle)

La radio La Voix de l'Allemagne a été créée par la République Fédérale d'Allemagne (RFA). Elle ne se trouve ni sur la liste du CNC ni sur celle de l'ARCT, mais elle émet aussi au Burundi, malgré l'irrégularité de ses émissions et couvre tout le territoire national ¹⁴⁷. La radio La Voix de l'Allemagne est financée par la République Fédérale d'Allemagne (RFA).

5.7. D'AUTRES AGENTS PRIVÉS DE LA RADIO

Au Burundi, la pratique publicitaire n'est pas un phénomène ; la plupart d'entrepreneurs ne comprennent pas le bien fondé de faire la publicité de leurs entreprises, marques, produits/ou services. Cette raison peut être une des questions étant à l'origine de l'absence des agences publicitaires : les investisseurs auraient peur d'engager leurs capitaux dans une activité incertaine, même si il est connu qu'on ne peut pas séparer l'action d'investir, du risque. Et, l'absence d'une organisation dédiée à l'étude de l'audience, peut être justifiée par le manque d'importance à la communication de la part des autorités, la situation

¹⁴⁶ <http://french.cri.cn/621/2013/05/15/304s324635.htm> [visité le 15 février 2017]

¹⁴⁷ Idem

sociopolitique et économique du pays et le manque de moyens financiers de la part des responsables des médias, des institutions Universitaires ou des centres de recherche.

5.7.1. Les agences publicitaires et la mesure des audiences

Au Burundi, il n'existe aucune agence dédiée à faire la publicité. Ainsi, les entreprises, les institutions, les associations, les individus, ... ayant de publicités, des avis et communiqués à faire, font recours généralement aux médias, aux églises, ou se rendent eux-mêmes aux endroits où se trouvent leurs publics cibles comme les écoles, les universités, les centres de santé ou utilisent la peinture de couleurs et écritures caractéristiques de leurs entreprises, marques et / ou services sur les clôtures et murs des maisons (généralement celles situées sur la route principale du milieu). Egalement, ils font la publicité chacun sur son point de vente (Helfer et Orsoni, 2009) comme c'est le cas du magasin OBAMA SHOP à Bujumbura ou High Technology du marché central de Ngozi qui installent des haut-parleurs pour faire connaître leurs magasins, marques et/ ou produits. D'autres entrepreneurs ou associations comme celle des joueurs de football (Ngozi), les partis politiques, les musiciens, Movit (entreprise des produits de beauté), ... installent des haut-parleurs sur des automobiles qui circulent dans des lieux où se trouvent leurs clients cibles. La pratique d'affichage sur les bus des agences de voyage ou sur les automobiles de la même entreprise est aussi utilisée comme moyen de faire connaître son entreprise, sa marque, ses produits et/ ou service, utilisent cette pratique Burundi Brewerry, movit, l'équipe de football Haleluya,.... Egalement, certaines entreprises ou institutions s'organisent elles mêmes pour faire publicités de leurs entreprises, marques et/ou leurs produits. C'est le cas de Savoror ou de la BRARUDI qui font des affichages sur les pancartes routiers. La BRARUDI organise aussi des concours pour la population à travers tout le pays à conditions d'acheter au moins une unité du produit sur lequel porte la publicité ou le concours des musiciens (PRIMUSIC) portant sur les produits ses produits à travers tout le pays.

Quant à la mesure de l'audience, comme il n'existe aucune agence, organisation ou institution dont l'objectif est d'étudier l'audience des médias comme (Entretien tenu le 14 février 2017 avec NDIKUMANA Cyprien, Président

de l'IPGL), certains des responsables des médias recourent aux méthodes artisanales qui ne leur permettent qu'à aboutir aux résultats approximatifs ou font recours à quelques études réalisées par certaines institutions, organisations ou médias qui, généralement, effectuent ces études pour leurs propres fins et d'une manière irrégulière. Les autres profitent des programmes interactives pour mesurer leur audience et connaître l'opinion de leur publique comme nous allons le voir dans le chapitre 6.

5.7.2. Les studios de production au Burundi

Les studios de production ne sont pas si développés au Burundi parce que, selon les données du CNC (30 juin 2015), le pays n'enregistre que trois studios de production. Ces studios travaillent pour de différentes radios. Donc ils ne disposent pas de canal de diffusion. Les radios ou bien sont payées pour diffuser ces contenus produits par ces studios, ou bien, elles collaborent et diffusent gratuitement les programmes. (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 113).

Concernant la situation financière de ces studios, seul le studio Tubane affirme que son état financier est critique pour n'avoir qu'un seul bailleur, tandis que les deux autres se réjouissent de leur santé financière d'autant plus qu'ils sont financés par leurs fondateurs (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 113).

Les résultats de cette enquête nous offre quelques informations sur les studios de production au Burundi. Les données sur les dates d'autorisation accordées à ces studios révèlent que tous ces studios ont été fondés pendant et après la crise de 1993. Ainsi, les motifs de création pour tous les trois convergent vers le même but : la prévention des conflits, la reconstruction et le maintien de la paix et la réconciliation

Le Studio La Benevolencija a été créé pour prévenir les violences de masse et promouvoir la réconciliation. Le studio Ijambo a été initié pour la résolution, la transformation et la prévention des conflits afin d'aider à la population Burundaise d'évoluer vers la paix et la réconciliation. Il est venu au Burundi comme une réponse à la propagande de la haine faite par les médias dits « médias de la haine » dans les pays des Grands Lacs (USAID, 2001, p.1). Quant au

Studio Tubane, il a été fondé pour produire des émissions sur la réconciliation et la consolidation de la paix ainsi que les droits de la femme.

Tous ces studios se sont implantés à Bujumbura, capitale du pays comme les autres médias déjà analysés à l'exception des 4 radios communautaires se trouvant à Gitega et à Ngozi.

Les données sur le caractère du média, témoignent que tous ces studios sont privés et les données sur les initiateurs indiquent que 2 studios sur 3 ont été fondés par les organisations internationales œuvrant au Burundi tandis que l'autre a été créé par les Journalistes Burundais, avec l'appui des journalistes Européens. Le tableau suivant nous présente les studios de production existant au Burundi.

Tableau n° 47: Les studios de production au Burundi

Dénomination	Autorisation du CNC	Adresse	Caractère du média		Initiateur
			Public	Privé	
Studio IJAMBO	1995	Bujumbura		x	Search For Common Ground
Studio TUBANE	1996	Bujumbura		x	Journalistes Burundais et Européens
Studio La Benevolencija	2008	Bujumbura		x	La Benevolencija

Source : Auteur à partir des données du CNC et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

CHAPITRE VI. ANALYSE DU PAYSAGE DE LA RADIO AU BURUNDI

L'analyse faite dans le chapitre précédent portait sur tous les thèmes concernant cette étude et pour chaque radio. Dans ce sixième et dernier chapitre, on travaille chaque élément constituant cette recherche empirique sur la totalité des radios, c'est-à-dire, sur l'univers complet de radios au Burundi. Le but est de mettre en évidence la situation actuelle du paysage radiophonique au Burundi et le dessiner, d'une manière approfondie.

Les aspects abordés dans ce chapitre sont les suivants : la chronologie des radios actives en 2015, le pluralisme du marché radiophonique, la distribution des radios sur le territoire Burundais, l'offre de contenus, les caractéristiques des professionnels, les profils de l'audience, et la présence sur Internet des radios.

6.1. METHODOLOGIE D'ANALYSE DES RADIOS AU BURUNDI

L'analyse du paysage de la radio au Burundi est une étude synchronique permettant d'être au courant de la situation actuelle de la radio au Burundi. Elle a été faite sur la totalité des radios du Burundi. Le travail a été réalisé sur tout l'univers des radios. Donc les résultats sont tout à fait fiables et proviennent de l'étude de tout le secteur de la radio au Burundi.

Pour mener au bout cette étude empirique, un formulaire a été élaboré et c'est sur base de ce dernier que l'enquête a été réalisée en vue de collecter les informations en rapport avec l'analyse. (Voir Annexe 28). Ce formulaire été accompagné par une lettre de demande d'accès aux données adressée aux intéressés. (Voir Annexe 27)

Les questions qui ont été proposées s'organisent en sept sections. Chacune développe un thème qui aide à visualiser le paysage de la radio :

1. Les dates d'autorisation du CNC : l'objectif est d'avoir l'idée de la chronologie de la création des radios afin de savoir si la chronologie à

influe au fonctionnement et au développement de ces radios et savoir le niveau d'évolution du monde radiophonique.

2. Le pluralisme radiophonique :

Le genre de gestionnaires de ces radios ; les fondateurs des radios émettant au Burundi est analysé dans le but de déterminer la part de chacun (les institutions publiques, les personnes physiques ou morales, les confessions religieuses, etc.) dans la création de ces dernières ; les motifs de création de ces radios pour déterminer les facteurs stimulant dans la création des radios au Burundi ; des lignes éditoriales de ces radios pour savoir l'orientation générale des diffusions de ces dernières et les sources de financement de ces radios pour savoir si le financement peut être une barrière au développement de la radio au Burundi.

3. Distribution des radios sur le territoire Burundais :

Les éléments suivants sont étudiés : Les sièges de ces radios pour déterminer l'implantation de ces dernières sur le territoire Burundais afin de voir si toutes les provinces disposent ou non au moins une radio, surtout que la majorité de la population Burundaise est rurale ; la structure de ces radios pour analyser leur niveau d'extension parce que leur extension peut leur permettre de couvrir tout le territoire sans devoir recourir aux antennes réémission ; les fréquences d'émission pour déterminer leur influence sur la diffusion de l'information et sur l'audience ; la couverture de ces radios pour mettre en évidence le nombre de radios ayant la couverture nationale et celles qui ne couvrent qu'une partie du pays parce que la couverture a un impact sur le choix des auditeurs des radios à écouter.

4. Offre de contenus, qui inclue :

Les contenus de leurs programmes pour être au courant des thèmes traités par les radios émettant au Burundi et les langues de diffusion pour connaître les langues les plus utilisées par les radios émettant au Burundi.

5. Les professionnels des radios :

Sont analysés : Le profil professionnel du personnel des radios émettant au Burundi pour savoir s'ils ont la formation en journalisme/communication ou non ; les institutions et ONGs qui organisent les formations pour les journalistes ayant une formation autre que le journalisme et ceux formés en journalisme pour la mise à jour de leurs connaissances ; les origines de leurs professionnels pour savoir si les employés sont originaires ou non de la zone d'implantation de la radio, objet de la seizième section et le taux de participation de la femme dans la direction de la radio, objet de la dix-septième section.

6. Audience des radios émettant au Burundi :

Eléments étudiés : L'audience des radios dans le but de savoir les types de publics auxquels s'adressent ces radios ; publics des radios émettant au Burundi et les radios les plus préférées par le peuple Burundais.

7. Présence sur Internet :

Sont analysés : La présence des radios sur l'Internet en vue de déterminer les options offertes par ces dernières à leurs publics et les réseaux sociaux qu'elles utilisent pour être en contact avec leurs auditeurs- Internaute.

Ce formulaire a été complété par les responsables des radios émettant au Burundi. Pour leur faciliter la tâche et donner des éclaircissements au cas de besoin, nous avons pris le soin de visiter chaque radio afin que le responsable puisse travailler le formulaire en notre présence ou même après, mais disposant toutes les informations nécessaires sur ce dernier. Nous avons réalisé cette activité pendant trois mois (du 15 mars au 24 juin 2016). Au cours de cette période, nous avons eu l'occasion de nous rendre au CNC où nous avons tenu des entretiens avec le Président de cet organe et certains analystes et observateurs des médias. Egalement, nous avons continué la consultation des documents en rapport avec notre analyse se trouvant dans la Bibliothèque du CNC, activité que nous avons mené depuis 2014. Nous avons profité de cette occasion pour nous rendre aussi à l'ARCT où nous avons tenu des entretiens avec certains de ses agents. Ces visites nous ont permis d'être en contact avec pas mal de

responsables et journalistes des radios et des organisations œuvrant avec les médias au Burundi.

A part l'enquête que nous avons réalisée, nous avons tenu des entretiens par appels téléphoniques et par whatsapp avec différentes personnes du monde radiophonique et des organisations œuvrant avec les médias au Burundi. De surcroît, nous avons envoyé pas mal de courriers électroniques à certains responsables et journalistes et organisations œuvrant avec les médias au Burundi.

Nous avons fait l'analyse de toutes ces données en analysant chaque élément de tout l'univers des radios du Burundi.

6.2. Résultats de l'Étude par élément analysé

Après avoir analysé chaque radio sur base de tous les thèmes constituant notre étude, nous avons constaté qu'il n'est pas facile de tirer des conclusions sur le paysage radiophonique Burundais. Ainsi, nous avons jugé bon de faire l'analyse de chaque élément sur toutes les radios, objet de cette deuxième section.

6.2.1. Dates d'autorisation du CNC aux radios émettant au Burundi

Le point suivant nous permettra de mettre en évidence les dates d'autorisation du CNC aux radios émettant au Burundi pour avoir l'idée sur la chronologie de création de ces dernières afin de savoir la période de pointe, c'est-à-dire, période pendant laquelle la majorité de ces radios a vu le jour afin de déterminer le facteur ou les facteurs catalyseurs de cette création.

Pour bien mener notre analyse, nous avons jugé bon de regrouper les données sur base d'une période de 10ans partant de 1991, période pendant laquelle la création de nouvelles radios a commencé à se faire remarquer timidement car comme nous allons le voir, avant cette période, il n'existait que les deux radios publiques. Ainsi, les données disponibles révèlent que la majorité des radios émettant au Burundi a été créées pendant la période allant de 2001 à 2010. Un nombre aussi non négligeable a été initié pendant la période allant de 2011 à 2016. Les radios qui ont vu le jour de 1991 à 2000 sont moins nombreuses et avant 1990, seules ont été créées deux radios publiques.

Notre analyse prouve qu'à part les 2 Radios publiques, c'est-à-dire la radio Nationale du Burundi (I^{ère} et II^{ème} chaînes), les autres ont vu le jour après la promulgation du Décret-loi n°1/01 du 4 février 1992 régissant la presse au Burundi, pendant et après la crise de 1993. Ce Décret-loi s'inscrivait dans le cadre de la démocratisation des institutions et du pluralisme d'expression. Ceci implique que la création de ces radios n'a pas été déclenchée par la seule promulgation du Décret-loi ci-haut indiqué, mais aussi par la crise de 1993 (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.58).

La plupart de ces radios centrent leurs programmes sur la reconstruction et le maintien de la paix ainsi que la réconciliation. On ne peut pas ignorer la part de la communauté internationale dans la création des radios privées parce qu'elle a apporté son appui financier à certaines de ces dernières dans le but de promouvoir la démocratie, les droits de l'homme, reconstruire et maintenir la paix et la réconciliation, entre autres (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.47).

L'analyse montre que la plupart des radios ont vu le jour de 2001 à 2016, mais la montée de la création de ces dernières s'est fait remarquer de 2001 à 2010 comme nous l'avons déjà évoqué. Ceci implique que la période de 2001 à 2010 a été une période de pointe dans la création des radios émettant au Burundi. Ce qui est bizarre c'est que de 2011 à 2016 la vitesse de création tend à diminuer au lieu d'augmenter alors que le besoin en radios n'est pas encore assouvi au niveau du pays. Certaines raisons sont à l'origine de ce déclin : L'extension des programmes offerts par les radios existantes, l'étranglement du marché local sur le plan d'investissement et de publicité, la diminution et la nouvelle orientation des fonds des partenaires extérieures tendant à consolider les médias existant au lieu de participer à l'expansion du paysage médiatique. De surcroît, les partenaires qui s'investissaient beaucoup dans la création des radios se sont vu détournés par la réputation des studios et leur plus grande possibilité de production et préfèrent financer les studios que les radios. Sachant que les radios et les studios recourent au près des mêmes bailleurs à la recherche de financement, cette concurrence devient un blocage de la part de la création des radios (Nindorera, Capitant et Ndarugirire 2013, p.114). Une autre raison pouvant être à l'origine de cette

réticence des investisseurs dans ce domaine est la crise de 2015. Ces problèmes et beaucoup d'autres non cités dans ce travail constituent l'handicap à de nouvelles initiatives, justifiant ainsi cette baisse de création de nouvelles radios aujourd'hui (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.47).

Remarquons également que les données disponibles sur les dates d'autorisation accordées aux radios internationales indiquent que hormis la Radio Chine Internationale créée en 2013 toutes les autres radios internationales émettant en FM au Burundi ont été fondées quelques années avant la crise et pendant la crise de 1993 parce qu'elles voulaient équilibrer l'information offerte à la population par les deux radios publiques et que toute la population soit au courant de la réalité du pays. Dans cet ordre d'idée, elles ont participé dans la reconstruction, le maintien de la paix et la réconciliation sans mettre de côté les programmes en rapport avec le développement. Le tableau suivant présente la chronologie de la création des radios émettant au Burundi.

Tableau n° 48 : Dates d'autorisation du CNC aux radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Dates d'autorisation du CNC
RTNB (I ^{ère} chaîne)	1959
RTNB (II ^{ème} chaîne)	1978
R. CCIB FM +	1995 (11 juin)
RFI	1998
R. Culture	1999 (28 avril)
BBC	2000
R. Ivyizigiro	2000 (28 avril)
R. Nderagakura FM	2000 (29 mars)
R. Bonsha FM	2001 (30 janvier)
RPA	2001 (30 janvier)
R. Isanganiro	2002 (10 juin)
R. Rema FM	2003 (03 mars)
R. Maria Burundi	2003 (22 décembre)
R. Renaissance	2003 (08 mars)
R. Agakiza	2004 (28 septembre)
RPA Ngozi	2005 (05 mars)
R. Salama	2006 (15 octobre)
R. Voix d'Espoir	2008 (15 avril)
R. Umuco FM	2008 (23 mai)
R. Star FM	2008 (23 mai)
R. Fréquence Menya	2008 (15 avril)
R. Citizen « Citizen Radio »	2009 (28 avril)
R. La Voix d'Afrique	2012 (07 septembre)
RCI	2012 (19 avril)
VOA	2013 (03 décembre)
R. Buja FM	2013 (05 juillet)
R. Colombe FM	2013 (07 octobre)
HIT R. A.	2013 (19 avril)
R. Humuriza FM	2013 (22 février)
RIU	2013 (29 mars)
R. Ijwi ry'Amahoro	2013 (30 décembre)
Radio Twitezimbere	2014 (10 décembre)
R. « Destiny FM »	2014 (18 août)
R. Ntumbero FM	2015 (10 décembre)
D. W.	Dnd

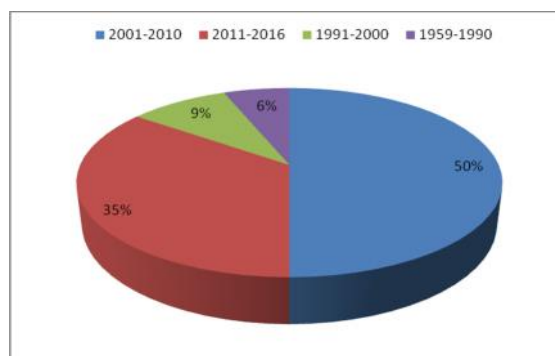
Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les données disponibles sur l'historique de création des radios émettant au Burundi révèlent que 17 radios sur 34, soit 50% ont été créées pendant la période allant de 2001 à 2010; 12 sur 34 radios soit 35% ont été initiées pendant la

période allant de 2011 à 2016 ; 3 sur 34 radios soit 9% ont vu le jour de 1991 à 2000 et 2 radios soit 6% sont des radios publiques qui ont été fondées avant 1990. La radio DW n'est pas considérée faute de données.

Cette analyse nous conduit à conclure que la majorité des radios émettant au Burundi soit 85% ont été créées de 2001 à 2016 avec un accent particulier pendant la période allant de 2001 à 2010, période où a été initiée 50% du total des radios sur lesquelles porte notre étude. Si 50% des radios privées travaillent pendant plus de 10 ans au Burundi, nous pouvons confirmer l'idée de Nindorera et ses compagnons disant que « le champ médiatique Burundais rentre dans une phase de maturité » (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013 : 10) et de là, déduire que le monde radiophonique est en phase de maturité. La création de nouvelles radios et généralement des radios privées s'est esquissée timidement après la promulgation du Décret-loi n°1/01 du 4 février 1992 régissant la presse au Burundi et suite à la crise de 1993. Avant 1990, le Burundi ne comptait que 2 radios publiques comme nous l'avons déjà évoqué. Ceci peut nous amener à conclure que la création des radios émettant au Burundi a été le fruit de la promulgation du Décret-loi ci-haut cité, de la suite de la crise de 1993 et de la participation des partenaires internationaux. Le graphique suivant illustre ces résultats.

Graphique n°5 : Historique de création des radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.2. Le pluralisme radiophonique

6.2.2.1. La gestion des radios émettant au Burundi

Dans ce point, il est question de savoir à qui revient la gestion de chacune des radios émettant au Burundi. Selon l'enquête réalisée, nous constatons que sur le total de radios burundaises, que la plupart des entités sont privées, il s'agit soit d'entreprises privées, des associations, des organisations non gouvernementales, soit l'Université, soit des organisations religieuses. Seules trois radios sont gérées para l'Administration publique. Trois des 30 radios d'origine burundaise sont publiques, le reste est intégré par des entités privées.

Tableau n°49 : Les gestionnaires des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Gestion
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Gouvernement du Burundi
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Gouvernement du Burundi
R. Nderagakura FM	Gouvernement du Burundi
R. Ivyizigiro	ONG WOI
R. Maria Burundi	Association Mondiale des Radios Maria
R. Agakiza	Eglise Adventiste du 7eme jour (ASBL)
R. Salama	Association de la Fondation Salama
R.Voix d'Espoir	Université Espoir d'Afrique
R. La Voix d'Afrique	La COMIBU
R. Ijwi ry'Amahoro	Conférence des Evêques Catholiques du Burundi
R.« Destiny FM »	Ministère El-Shaddai de Bujumbura
R. Ntumbero FM	RJCLS-Burundi
R. CCIB FM +	La CFCIB
R. Culture	Honorable Frédéric NGENZEBUHORO
R.Bonesha FM	Association sans frontières
RPA	Association RPA
R. Isanganiro	Association Ijambo.
R. Renaissance	Directeur Innocent Muhozi
R. Rema FM	Association Ijwi Ryawe (AIR).
R. Fréquence Menya	MENYA MEDIA ASBL
R. Citizen « Citizen Radio »	Bedan Mbugua, Representant Legal de Royal Media Services
R. Buja FM	Directeur
R. Humuriza FM	Mr GATEKA Saxe Perry

Radio Twitezimbere	Dnd
HIT R. A.	M.Younes BEN Boumehdi
RPA Ngozi	Association de la RPA
R. Umuco FM	Association Ijwi Ryawe (AIR)
R.Star FM	Association Ijwi Ryawe (AIR)
RIU	Association Dushirehamwe (DH)
R. Colombe FM	Centre Jeunes Kamenge

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.2.2. Les fondateurs des radios émettant au Burundi

Les fondateurs des radios émettant au Burundi se rassemblent en 6 groupes différents : les associations et les ONGs, les Confessions Religieuses, les Gouvernements ou Royaumes Internationaux, le Gouvernement du Burundi, les médias privés et les personnes physiques. Mentionnons que la plupart des radios privées ont été créées pendant la crise et ont bénéficiés l'appui des partenaires internationaux pour la reconstruction et le maintien de la paix ainsi que la réconciliation (Frère et Fiedler, 2016, p.121).

Parmi ces initiateurs, les Associations et les ONGs viennent en premier lieu. Ceci implique l'importance que la société civile donne à la communication. En d'autres termes, la société civile considère les radios comme un outils très important dans la réalisation de leurs activités. Cette place justifie également la volonté de la société civile de participer dans le développement du secteur des médias et de la communication afin d'aboutir au développement du pays en général. En plus, ces associations sont appuyées par les partenaires internationaux qui veulent montrer que la radio n'est pas seulement un instrument utiliser pour semer la haine et diviser, mais qu'elle peut aussi réconcilier les citoyens. Ce point de vue des partenaires a été un facteur catalyseur dans la création des radios pour ces associations. Signalons que parmi toutes ces associations l'Association Ijwi Ryawe (AIR) se classe la première parce que jusqu'aujourd'hui, elle a créé plus de radios que les autres, parmi lesquelles, deux radio communautaires.

En deuxième lieu, nous avons les confessions religieuses qui, pour bien mener leur mission principale d'évangélisation utilisent la radio comme moyen

leur permettant d'accéder aux populations se trouvant dans tous les coins du pays, y compris les personnes âgées, malades ou en difficultés. Certaines radios initiées par les confessions religieuses ont démarré leurs activités avec l'appui internationale comme la Radio IVYIZIGIRO, la Radio Maria Burundi et la Radio Ijwi ry'Amahoro. Les radios chrétiennes sont les plus nombreuses. Les Religion Catholique et Musulmane n'en ont créée que deux, chacune.

En troisième lieu vient les Gouvernements et Royaumes internationaux. Ceci justifie l'importance que les pays étrangers donnent à la population Burundaise parce que la plupart de ces radios ont été créée dans l'objectif de permettre à la population d'accéder à une information équilibrée et pendant la crise, elles ont insérer dans leurs grilles de programmes des émissions en rapport avec la paix et la réconciliation.

Le Gouvernement du Burundi et les médias privés occupent la quatrième place. Cette place n'est pas compatible avec le temps que le gouvernement vient de passer dans ce secteur et le besoin qu'éprouve la population en communication. La décentralisation du pouvoir ci- haut évoquée serait plus efficace si elle était accompagnée par la multiplication des radios rurales ou communautaires puisque la population Burundaise est en grande partie rurale et est éparpillée sur les différentes collines. Quant aux médias privés, cette place est la meilleure si on tient compte des difficultés des médias privés tant en Afrique qu'au Burundi. Cela signifie que même les médias privés existants ont tendance à passer à l'extension de leur domaine. Le fait qu'ils ont pensé à créer des radios et non à la presse écrite ou à la de télévision peut avoir le sens dans la popularité, l'efficacité de la radio au Burundi comme ailleurs dans les autres PVD (Bride et al., 1987, p. 82 ; Damome, 2006, p.81 ; Benerjee et Seneviratne, 2006, p.25).

Les personnes physiques viennent au dernier rang. Ce qui nous amène à croire que même la population est consciente de l'importance des médias dans la vie quotidienne de chacun, dans le développement des communautés et du pays, dans la consolidation de la paix et la réconciliation, etc. Interroger sur la raison de penser à ce projet, une personne a répondu qu'elle voulait donner la chance aux auditeurs d'avoir une radio dans leur localité comme c'est le cas de la Radio

Humuriza FM (Entretien avec le Directeur de la radio Humuriza FM, le 21 juin 2016), l'autre voulait introduire les thèmes importants du pays, mais qui ne sont pas valorisés comme c'est le cas de la Radio Culture (Entretien avec un journaliste de la Radio Culture le 13 avril 2016). Tous ces commentaires sont résumés dans le tableau ci-après :

Tableau n°50 : Les initiateurs des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Fondateur
RTNB (1 ^{ère} chaîne)	Gouvernement du Burundi
RTNB (2 ^{ème} chaîne)	Gouvernement du Burundi
R. Nderagakura FM	Gouvernement du Burundi
R. Ivyizigiro	Eglise Pentecôtiste avec l'appui de World Outreach Initiatives
R. Maria Burundi	l'Eglise Catholique avec l'appui du Pape Jean Paul II et par l'intermédiaire de Monseigneur Joachim Ruhuna
R. Agakiza	Eglise Adventiste du 7 ^{ème} jour (ASBL)
R. Salama	Association de la Fondation Salama
R. Voix d'Espoir	Eglise méthodiste Libre du Burundi
R. La Voix d'Afrique	Communauté Islamique du Burundi (COMIBU)
R. Ijwi ry'Amahoro	Conférence des Evêques Catholiques du Burundi (CECAB) en appui de la Conférence des Evêques de l'Italie
R.« Destiny FM »	Ministère El-Shaddai de Bujumbura (Mouvement Evangélique)
R. Ntumbero FM	Reseau des Jeunes Chrétiens dans la Lutte contre le Sida (RJCLS-Burundi)
R. CCIB FM +	Chambre Fédérale de Commerce et d'Industrie du Burundi (CFCIB)
R. Culture	Honorable Frédéric NGENZEBUHHORO
R.Bonesha FM	Association pour l'Action Humanitaire (AAH)
RPA	l'Association RPA, elle-même fondée par Alexis SINDUHIJE, appuyé par la fondation Américaine Ford, l'UNESCO, le PNUD, l'OXFAM
R. Isanganiro	Association Ijambo, appuyée par l'ONG Belgo-américaine Search for Common Ground en sigle SFCG
R. Renaissance	Centre International Martin Luther King (CIMLK) avec l'appui du Français Bernard Henri Lévy

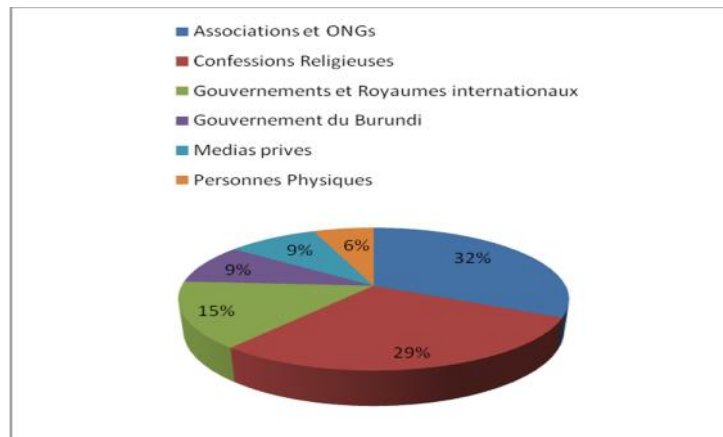
R. Rema FM	I'Association Ijwi Ryawe (AIR)
R. Fréquence Menya	MENYA MEDIA ASBL
R. Citizen « Citizen Radio »	Royal Media Service
R. Buja FM	Télé 10 Burundi
R. Humuriza FM	Mr GATEKA Saxe Perry
Radio Twitezimbere	Dnd
HIT R. A.	HIT Radio Maroc
RPA Ngozi	I'Association RPA, elle-même fondée par Alexis SINDUHIJE, appuyé par la fondation Américaine Ford, l'UNESCO, le PNUD et l'OXFAM
R. Umuco FM	Association Ijwi Ryawe (AIR).
R.Star FM	Association Ijwi Ryawe (AIR).
RIU	Association DUSHIREHAMWE (DH)
R. Colombe FM	Centre Jeunes Kamenge crée par les Missionnaires Xavériens
VOA	Gouvernement Américain en collaboration avec le Gouvernement du Burundi
RFI	Gouvernement Français
BBC	Le Royaume Unie
RCI	Le Gouvernement Chinois
D. W.	La République Fédérale d'Allemagne (RFA)

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les données disponibles sur les initiateurs des radios émettant au Burundi révèlent qu'au Burundi, sur 34 radios (la radio Twitezimbere n'a pas été incluse par manque de données):

- 11, soit 32%, ont été fondées par les Associations et les organisations non gouvernementales ;
- 10, soit 29%, par les confessions religieuses ;
- 5, soit 15%, par des radios internationales ;
- 3, soit 9% par le gouvernement du Burundi
- 3, soit 9% , par les médias privés
- 2, soit 6 %, ont été fondées par les personnes physiques.

Graphique n°6 : La part des différents intervenants dans la création des radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.2.3. Motifs de création des radios émettant au Burundi

La raison d'être ou de création de chaque radio constitue sa différence avec les autres et généralement cette diversité est liée à la nature de cette dernière comme nous allons le voir dans la suite de ce travail. Par exemple les radios publiques ont été créées pour accompagner l'action du gouvernement, les radios confessionnelles se centrent toutes sur l'évangélisation, la Radio CCIB FM + se centre sur la société et l'économie, les programmes de la radio culture comme l'indique son nom sont axés sur la culture, la Radio Fréquence Menya se centre sur la Musique, etc. Hormis la nature de la radio, la situation socio-politique et les fondateurs peuvent également s'ingérer dans l'orientation de la radio (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.58-59).

Dans la suite de notre travail, nous allons mettre en évidence les motifs de fondation des radios émettant au Burundi. Ainsi, les données disponibles nous permettront d'être au courant des raisons qui ont poussé aux initiateurs de ces dernières de penser à passer à l'acte de création des radios et non à d'autres entreprises. Ces données indiquent que les motifs de création des radios émettant

au Burundi sont très variés comme nous venons de l'indiqué, mais nous avons essayé de les répartir en six groupes sur base des points communs.

Ainsi, nous avons le premier groupe composé par les radios qui ont été créées pour les motifs suivants : Promouvoir les notions de la paix, la réconciliation, la démocratie, les droits de l'homme, informer, former, éduquer, la culture et le développement. Le deuxième groupe est composé par les radios confessionnelles. Le motif principal des radios confessionnelles est l'évangélisation, mais chacune insiste beaucoup sur la propagation de sa foi. A part cette différence entre leur façon d'évangéliser, nous tenons à vous signaler qu'il existe des points communs entre les radios confessionnelles et les autres radios tels que les notions de paix, de réconciliation, de développement, etc. Le troisième groupe renferme les radios dont le motif de création a été celui de créer un espace d'expression pour la population en général ou pour un groupe bien précis comme les jeunes (la Radio COLOMBE), les femmes (la RIU) ou les « Sans Voix » (la RPA). Le quatrième groupe comprend les radios qui ont été créées pour accompagner les actions gouvernementales (Les deux chaînes de la RTNB et la Radio Nderagakura). Le cinquième groupe est composé par des radios dont le motif de création a été celui de promouvoir des musiciens Burundais et Africains et permettre les échanges culturels entre eux à travers leurs œuvres (Radio Fréquence Menya et HIT Radio Afrique). Vient en fin la radio qui a été créée pour donner à la jeunesse une vision axée sur les affaires, favoriser le développement des médias et la responsabilité des jeunes à la production médiatique, fournir ses programmes aux chaînes régionales et internationales et mettre en place des synergies avec elles; devenir un pont des différentes opinions des leaders d'opinions et décideurs (Radio Buja FM). Pour plus de précisions, observons le tableau suivant :

Tableau n°51 : Motifs de création des radios émettant au Burundi

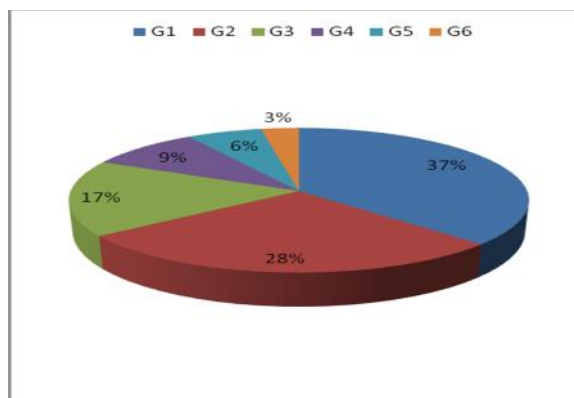
Dénomination de la radio	Motifs de création
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Accompagner les actions du Gouvernement
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Accompagner les actions du Gouvernement
R. Nderagakura FM	Accompagner les actions du Gouvernement dans le secteur éducatif et plus précisément, les réformes opérées dans le secteur de l'éducation
R. Ivyizigiro	Amener les âmes à Christ, pour produire des émissions en rapport avec la paix, le développement, la réconciliation et la valorisation de la culture nationale sur base de la bible
R. Maria Burundi	Evangélisation
R. Agakiza	Evangélisation
R. Salama	Promouvoir la paix, la réconciliation et le développement
R.Voix d'Espoir	Redonner de l'espoir à la population battue par la crise de 1993, pour évangéliser et pour servir de Laboratoire pour les étudiants du département de la Communication
R. La Voix d'Afrique	Evangélisation
R. Ijwi ry'Amahoro	Promouvoir la nouvelle évangélisation, la réconciliation, la culture et le développement
R.« Destiny FM »	Evangélisation
R. Ntumbero FM	Réaliser des programmes de production et diffusion des émissions visant la population comme cible en vue d'améliorer ses conditions de vie dans l'intégrité
R. CCIB FM +	Informé, Former, Eduquer et divertir mais spécialement, accompagner les actions du Gouvernement dans le domaine d'investissement
R. Culture	Promouvoir la culture et le développement du bien être
R.Bonesha FM	Promouvoir la réconciliation, construire et construire la paix et promouvoir le développement
RPA	Créer un espace d'expression pour les " Sans voix" et disséminer de l'information nécessaire pour que le public Burundais puisse améliorer leur vie sur les aspects politiques, économiques, sociales, santé, environnement, ...
R. Isanganiro	Créer un cadre de débat contradictoire ; de promouvoir le dialogue, la paix et la réconciliation
R. Renaissance	Promouvoir les droits de l'homme, Informer la population pour que les pages sombres de l'histoire Burundaise ne se répètent plus
R. Rema FM	Informé et divertir d'une façon responsable
R. Fréquence Menya	Promouvoir le développement par les médias et la culture
R. Citizen « Citizen Radio »	Promouvoir l'intégration régionale et le partage culturel des peuples de la communauté Est- africaine et du COMESA ; Contribuer à une meilleure compréhension des défis majeurs liés au sous développement que doit relever la société de l'Afrique central et de l'Est, notamment l'accès à la nourriture, à l'eau potable, à la santé, à l'éducation et à l'habitat décent.

R. Buja FM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Donner à la jeunesse une vision axée sur les affaires; ▪ Favoriser le développement des medias et la responsabilité des jeunes à la production médiatique; ▪ Fournir nos programmes aux chaînes régionales et internationales et mettre en place des synergies avec elles; ▪ Devenir un pont des différentes opinions des leaders d'opinions et décideurs.
R. Humuriza FM	Donner un espace d'expression à la population de Gitega
Radio Twitezimbere	Promouvoir le développement de la population locale
HIT R. A.	Promouvoir la richesse patrimoniale, musicale et culturelle du Burundi.
RPA Ngozi	Créer un espace d'expression pour les " Sans voix"
R. Umuco FM	Intervenir auprès de la population afin d'accompagner l'effort de la réconciliation nationale et de promouvoir les actions en faveur de la paix, du développement et à l'éducation aux valeurs des droits de l'homme, de la bonne gouvernance et de la santé publique
R.Star FM	Eduquer la population rurale sur la Sante, L'Agriculture et l'Elevage et toute activité en rapport avec le développement et pour le maintien de la paix et la réconciliation
RIU	Mise en place d'outil de création d'un espace d'expression pour la femme en vue de promouvoir son développement et ses droits
R. Colombe FM	Créer un cadre de concertation et d'expression pour les jeunes dans la recherche des solutions à leurs problèmes
VOA	Promouvoir les notions de démocratie, droit de l'homme, Informer, former et divertir
RFI	Offrir l'information politique, culturelle et sportive
BBC	Faciliter la rencontre aux familles séparées par la guerre
RCI	Promouvoir la compréhension entre la Chine et le reste du monde à travers l'échange d'informations, la coopération médiatique et la promotion culturelle. Ainsi, la Chine veut mettre en application l'Accord Culturelle entre elle et le Burundi de 2011 à 2014 pour faciliter les échanges culturels et nouer des liens étroits entre le peuple Burundais et le peuple Chinois
D. W.	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Le premier groupe (G1) renferme 13 radios sur 35, soit 37% ; le deuxième groupe (G2) est composé par 10 radios confessionnelles, représentant 28%; le troisième groupe (G3) renferme les 6 radios, soit 17% ; le quatrième groupe (G4) comprend les 3 radios sur 35, soit 9% ; le cinquième groupe est composé de 2 radios sur 35, soit 6% ; le sixième (3%). Le graphique ci-après nous permet d'illustrer ces données.

Graphique n°7 : Proportion des motifs de création des radios émettant au Burundi



Source : **Source** : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.2.4. Lignes éditoriales des radios émettant au Burundi

La différence existante entre les motifs de création des radios émettant au Burundi influe sur les lignes éditoriales de ces dernières. Ceci implique que les lignes éditoriales desdites radios sont également différentes sans ignorer l'existence de quelques ressemblances pour certaines raisons.

D'une part, les lignes éditoriales de plusieurs radios comprennent les fonctions traditionnelles du journalisme tel qu' « informer, former et divertir » (Nindorera et al., 2013, p. 58). D'autre part, comme nous l'avons vu en haut la plupart de ces dernières ont vu le jour pendant la crise de 1993, ce qui fait que pour la majorité y compris les radios confessionnelles, les lignes éditoriales présentent plusieurs points communs basés sur la situation conflictuelle que vivait le pays. Ces thèmes sont entre autres la démocratie, les droits de l'homme, la reconstruction et le maintien de la paix, la réconciliation, le développement, le genre, la justice, la culture, la société, etc. Ces thèmes insinuent l'influence du conflit interethnique dans l'élaboration des lignes éditoriales voire même dans l'établissement des grilles de programmes (Nindorera et al., 2013, p. 58). Se

référant sur la situation conflictuelle qui régnait pendant la période de création et la vision des radios privées, Frère M.- S. renforce notre opinion en disant que : « Ces radios visent explicitement à proposer une information équilibrée, ainsi qu'à promouvoir les initiatives de paix et de rapprochement entre les communautés du Burundi » (Frère, 2010, p.2).

En effet, nous avons constaté que la plupart de fois, la ligne éditoriale est influencée par l'initiateur de la radio, surtout quand c'est une personne ou une association qui a été créée par une personne pour se faciliter l'autorisation d'émission ; résultats que réaffirment Nindorera et ses compagnons (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 59).

Pour pouvoir bien analyser nos données, nous avons essayé de regrouper ces radios selon les points communs. Le premier groupe rassemble les radios dont les lignes éditoriales portent sur les thèmes suivants : paix, réconciliation, développement, divertir, informer, former, éduquer, culture, les droits de l'homme, promouvoir le dialogue, etc. Le deuxième groupe est composé par les radios confessionnelles dont les lignes éditoriales ont comme point commun l'évangélisation. Signalons que l'évangélisation est la base des activités de ces radios, mais la plupart d'entre elles donnent également beaucoup plus d'importance à la réconciliation, la paix, le développement et la culture. Le troisième groupe comprend les radios publiques dont les lignes éditoriales ont comme point commun l'accompagnement de l'action gouvernementale même si les activités de la Radio Nderagakura sont orientées généralement vers l'Education nationale. Le quatrième groupe rassemble les radios dont les lignes éditoriales portent sur l'équilibre de l'information. Les deux radios qui viennent en dernier lieu sont la radio CCIB FM+ et radio Citizen qui se dédient respectivement à promouvoir la profession basée sur le socio- économique et la promotion de l'intégration sociale. Le tableau ci –après présente ces radios et leurs lignes éditoriales.

Tableau n°52 : Lignes éditoriales des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Lignes éditoriales
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Accompagner l'action gouvernementale
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Accompagner l'action gouvernementale
R. Nderagakura FM	Accompagnement de l'Éducation nationale et formation à distance des enseignants et des élèves
R. Ivyizigiro	Religion, paix et réconciliation, développement et valorisation de la culture
R. Maria Burundi	L'Évangélisation et la conversion telle que comprise et vécue par et dans l'Église catholique (radiomaria.bi, 04 avril 2017).
R. Agakiza	Elever le Christ ; Donner l'espoir en enseignant l'amour entre les gens ; Encourager l'unité, l'harmonie, la paix et la réconciliation ; Promouvoir l'éducation à la santé et à la jeunesse, en organisant des émissions animées par les Bashingantahe, les Médecins, les spécialistes, les avocats, etc. Promouvoir le développement en général ; Encourager l'inspiration en musique ; Faire connaître l'image de l'Église Adventiste du 7 ^{ème} Jour au Burundi
R. Salama	Paix, réconciliation et développement
R. Voix d'Espoir	Redonner de l'espoir à la population
R. La Voix d'Afrique	Évangélisation
R. Ijwi ry'Amahoro	Promouvoir la nouvelle évangélisation, la paix et la réconciliation, l'acceptation mutuelle, la culture et le développement
R.« Destiny FM »	Proclamer la parole de Dieu, mais aussi il y a des émissions en matière de Santé, de Justice et de Leadership
R. Ntumbero FM	Présenter des messages religieux pour enseigner la vérité chrétienne en divers aspects ; Former la population en présentant des programmes éducatifs sur divers aspects de la vie tels que la parole de Dieu, la Santé, l'agriculture et l'élevage, l'alphabétisation, les langues, la technologie et la culture ; Promouvoir les idéaux de réconciliation, d'unité et de cohabitation pacifique ; Offrir à la population des nouvelles d'actualité à l'exception des nouvelles divisionnistes ou destructives et diffuser des messages visant la protection des groupes vulnérables, les enfants et les jeunes en particulier
R. CCIB FM +	Professionnelle base sur le socio-économique
R. Culture	Culture et Société
R. Bonesha FM	Paix et Réconciliation, Droit de l'homme et développement
RPA	Réconciliation nationale, la contribution au développement tout en revendiquant des solutions aux problèmes sociaux, la défense des droits de l'homme, la justice et la lutte contre l'impunité.
R. Isanganiro	Paix et Réconciliation et développement
R. Renaissance	Analyse des éléments et diffusion de la culture
R. Rema FM	Équilibre et Intérêt Général

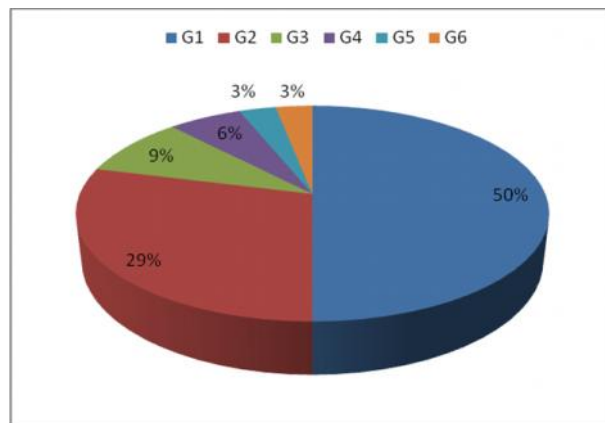
R. Fréquence Menya	Promotion de l'artiste musical Burundais
R. Citizen « Citizen Radio »	Promouvoir l'intégration régionale.
R. Buja FM	Divertir, éduquer et vendre les services
R. Humuriza FM	IJWI RY'IHUMURE KURI BOSE (La voix tranquillisante pour tous)
Radio Twitezimbere	Promotion du développement rurale
HIT R. A.	Promouvoir la musique générationnelle et universelle
RPA Ngozi	Promouvoir l'expression des " Sans voix" et le développement socio-économique de la communauté
R. Umuco FM	« Proche de la Communauté et de son développement »
R.Star FM	Clarté de l'information, lumière pour promouvoir le développement intégral de la population rurale
RIU	Agir localement, pour transformer globalement afin de promouvoir la femme
R. Colombe FM	Promouvoir une jeunesse actrice de paix, de réconciliation et du développement
VOA	Equilibre de l'information
RFI	Promouvoir l'information et la culture
BBC	« GAHUZAMIRYANGO »
RCI	Promotion de la culture entre la chine et le Burundi afin de renforcer la compréhension mutuelle entre les deux pays et puis entre la Chine et le reste du monde.
D. W.	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Donc, le premier groupe (G1) renferme 17 radios sur 34, soit 50% ; le deuxième groupe comprend les 10 radios confessionnelles représentant 29% ; le troisième groupe est celui des 3 radios publiques, soit 9% ; le quatrième groupe rassemble les 2 radios, soit 6% ; les deux derniers groupes représentent chacun 3%. DW est exclue de cette analyse, faute de données.

Grâce au graphique suivant nous pouvons observer la répartition des radios émettant au Burundi sur base des lignes éditoriales.

Graphique n°8 : Proportion des lignes éditoriales des radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.2.5. *Financement des radios émettant au Burundi*

Toute entreprise a besoin d'un financement pour réaliser ses activités afin d'atteindre ses objectifs. Ce financement peut se réaliser par l'entrepreneur en question, par ses partenaires, la publicité, ou par les subventions gouvernementales. La plupart des responsables affirment que l'état financier de leurs médias est critique, mais celui des médias publics est meilleur que celui des médias privés (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.95). Ces auteurs ont analysé la situation financière de tous les médias en général y compris les radios constituant l'objet de notre étude.

Pour le cas des radios privées, seules souffrent de la crise financière les radios qui ne bénéficient pas des financements des partenaires étrangers, ce qui implique qu'il existe des radios privées dont la situation financière est très bonne. Les radios CCIB FM+ et Fréquence Menya sont les seules radios privées qui bénéficient d'une part du financement du gouvernement du Burundi, hormis les subventions du gouvernement que leur octroie la loi régissant la presse. La radio CCIB FM+ jouit de cette faveur parce que, des fois, elle accompagne les activités

de ce dernier ayant rapport avec sa ligne éditoriale (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.95). Et la Radio Fréquence Menya bénéficie du soutien de la RTNB et du Ministère Burundais de la Jeunesse, des Sports et de la culture parce que sa ligne éditoriale inclue la culture. Notre étude nous a permis de constater que les radios émettant au Burundi sont financées en grande partie par leurs fondateurs. Les autres le sont par divers ONGs, le Ministère Burundais de la Jeunesse, des Sports et de la culture, certains médias Burundais dont la RTNB, RPA, Télé.-Renaissance et le Journal IWACU. Seule la Radio Buja FM affirme s'autofinancer à travers les publicités, les annonces et les communiquées. La Radio Voix d'Espoir est financée par l'Université Espoir d'Afrique.

A notre grande surprise aucun des enquêtés nous a affirmé avoir bénéficié les subventions du gouvernement alors que la loi n°1/15 du 09 mai 2015 régissant la presse au Burundi, indique clairement qu'il existe une part de financement de la part du gouvernement aux organes Burundais de presse (Loi n°1/15 du 09 mai 2015, Chap.4, sect.3, art. 19, 20 et 21). Le tableau suivant présente les radios émettant au Burundi et leurs sources de financement.

Tableau n°53 : Financement des radios émettant au Burundi

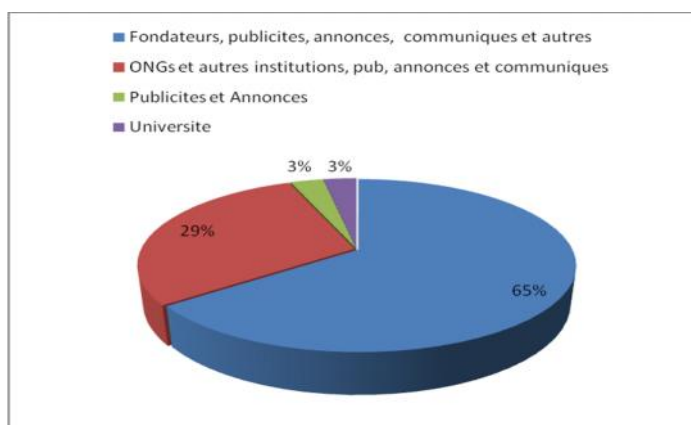
Dénomination de la radio	Financement
RTNB (1 ^{ère} chaîne)	Gouvernement du Burundi (<i>fondateur</i>), les publicités et les communiqués.
RTNB (2 ^{ème} chaîne)	Gouvernement du Burundi (<i>fondateur</i>), les publicités et les communiqués.
R. Nderagakura FM	Gouvernement du Burundi (<i>fondateur</i>) en grande partie et publicités pratiquées. Elle a bénéficié du financement du Conseil Norvégien pour les Réfugiés pendant ces dix premières années de son existence (Ntiyanogeye, 2008, p. 30).
R. Ivyizigiro	ONG Outreach Initiative, Subventions et dons. La radio fait aussi des publicités dans des domaines qui cadrent avec sa ligne éditoriale
R. Maria Burundi	Contributions des auditeurs, l'Assistance de la famille mondiale, Subventions et dons
R. Agakiza	Cotisations des membres fondateurs s'élevant à 1000fbu par mois et par membre, des subventions trimestrielles de l'Eglise Adventiste du 7eme jour (<i>fondateur</i>), des Dons et legs des personnes physiques et morales nationales et internationales
R. Salama	Publicités et aides en provenance des pays Arabes
R.Voix d'Espoir	Université Espoir d'Afrique
R. La Voix d'Afrique	La COMIBU (<i>Fondateur</i>)

R. Ijwi ry'Amahoro	Conférence des Evêques du Burundi (<i>fondateur</i>), la Conférence des Evêques de l'Italie et des donations des fidèles auditeurs
R.« Destiny FM »	Le Ministère El-Shadai de Bujumbura (<i>fondateur</i>)
R. Ntumbero FM	Investissements du RJCLS (<i>fondateur</i>) en grande partie. Les autres financements proviennent des financements/ subventions, des dons et legs, des publicités et communiqués.
R. CCIB FM +	Divers intervenants; Publicités (à un degré négligeable) et Dons.
R. Culture	Publicités, annonces et sports; Différents partenaires entre autres l'Institut Panos Grands Lacs et le Croix Rouge
R.Bonesha FM	Divers partenaires, annonces et publicités
RPA	La Fondation Américaine Ford, l'UNESCO, le PNUD et l'ONG Britannique OXFAM, en grande partie (Ntiyanogeye, 2008, p.31) et l'Association RPA (<i>fondateur</i>) à un degré très négligeable
R. Isanganiro	Les subventions des ONGs comme Search For Common Ground(SFCG) et fonds propres
R. Renaissance	Le Centre International Martin Luther King (<i>fondateur</i>)
R. Rema FM	A.I.R (<i>fondateur</i>), publicités, communiqués ainsi que les crédits
R. Fréquence Menya	Publicités et les communiqués, différents partenaires dont l'UNESCO, GTZ, CUT !, RTNB, RPA, IWACU, Ministère Burundais de la Jeunesse, des Sports et de la culture, etc
R. Citizen « Citizen Radio »	Royal Media Service (<i>fondateur</i>)
R. Buja FM	Publicités et annonces
R. Humuriza FM	Mr GATEKA Saxe Perry (<i>fondateur</i>) et ses Partenaires entre autres Econet& Leo, UNICEF et Handicap International
Radio Twitezimbere	Dnd
HIT R. A.	HIT Radio Maroc (<i>fondateur</i>)
RPA Ngozi	La Fondation Américaine Ford, l'UNESCO, le PNUD et l'ONG Britannique OXFAM, en 80%, l'Association RPA (<i>fondateur</i>) et les Publicités et les annonces à 20%.
R. Umuco FM	A.I.R (<i>fondateur</i>) : 60% du budget ; Publicités et annonces : 35% et partenaires : 5% comme SFCG et UNICEF.
R.Star FM	l'A.I.R(<i>fondateur</i>) en grande partie, les publicités et les communiqués ainsi que les divers appuis des partenaires comme SFCG et UNICEF.
RIU	Divers partenaires: Deutsche Welle Akademie (DWA); IPGL et autres partenaires a qui l'Association présente des projets comme SFCG et UNICEF
R. Colombe FM	UNFPA et Publicités
VOA	Subventions du gouvernement Américain (<i>fondateur</i>)
RFI	Gouvernement Français (<i>fondateur</i>)
BBC	Le Royaume Unie (<i>fondateur</i>)
RCI	Gouvernement Chinois (<i>fondateur</i>)
D. W.	République Fédérale d'Allemagne (RFA) (<i>fondateur</i>)

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

L'analyse des données disponibles de notre étude nous révèle que 22 sur 34, soit 65% sont financées en grande partie par leurs fondateurs. De cette même analyse prouve que 10 radios sur 34, soit 29 % sont financées par les divers ONGs, essentiellement. Notre étude nous révèle qu'une seule radio, soit 3% s'autofinance à travers les publicités, les annonces et les communiqués et qu'une seule radio soit 3% est financée par l'Université. Signalons que toutes ces radios pratiquent de la publicité et diffusent des émissions parrainées, les annonces et les communiqués, apportent une part des revenus même si presque tous les responsables ont confessé que ce revenu est insignifiant dans le budget de fonctionnement de leurs radios. Le graphique ci-après illustre la part des sources des financements des radios émettant au Burundi.

Graphique n°9 : Financement des radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

En analysant les données de notre enquête, nous avons constaté qu'il existe des radios dont une part, petite soit elle, vient de la publicité et d'autres qui ne comptent que sur cette dernière pour leur survie. Ainsi, cette situation nous a poussé à vouloir savoir si au Burundi il existe ou pas une entreprise ayant comme activité la publicité, comment les radios émettant au Burundi accèdent à la

clientèle pour lui faire la publicité et le chargé de la rédaction de cette dernière entre la radio et le client, pour le cas des radios.

Cette étude nous a permis de découvrir que jusqu'à l'heure où nous sommes, il n'existe pas d'entreprise dédiée à la pratique publicitaire comme activité quotidienne comme nous l'avons ci-haut indiqué. C'est pour cette raison que les médias, en ce qui nous concerne les radios, incluent cette activité dans des activités habituelles pour venir en aide aux personnes et entreprises qui en a besoin et pour générer des revenus pour la radio.

Cette analyse a porté sur 5 radios pour lesquelles les responsables ont eu la volonté de répondre à nos questions. Pour 3 radios, la majorité des clients, soit 80% vient d'elle-même au cas de besoin sans attendre ni la publicité de la radio ni la visite du service chargé du Marketing au sein de cette dernière. Ceci implique que seule suffit la notoriété de la radio pour que les clients se dirigent vers elle¹⁴⁸. Au contraire, pour les 2 autres radios, le même pourcentage (80%), répond à la publicité de la radio ou aux visites du service chargé du Marketing.

Quant à la rédaction de la publicité, nous avons constaté que pour la radio Ivyizigiro, la majorité des clients (85%) amène la publicité toute faite puisque pour la plupart de fois, ce sont des ONGs reconnues ou des Institutions gouvernementales. Pour les autres quatre radios, la plupart de leurs clients préfèrent apporter les thèmes et la section Marketing se charge de la rédaction du contenu publicitaire, ceci pour deux raisons : d'une part, parce que les prix de la publicité sont très bas chez la RTNB si on le compare avec les prix publicitaires des autres radios, d'autre part, parce que certains clients n'ont aucune idée sur la rédaction de cette dernière, c'est le cas des Radios Umuco FM, Humuriza FM et RPA Ngozi. Le tableau ci-dessous, nous présente la pratique publicitaire dans ces radios. La lettre A représente les clients qui viennent d'eux-mêmes, la lettre B, ceux qui répondent à la publicité de la radio ou aux visites de la section

¹⁴⁸D'après Mr HARUBUNTU Onésime, Directeur de la Radio Ivyizigiro, Mr GATEKA Saxe Perry, Directeur de la radio Humuriza FM et Mr NININHAZWE Gilbert, chef de la section Marketing à la RTNB, leurs clients sont des entreprises, des ONGs, des institutions et les autres qui reconnaissent que leurs radios sont plus populaires comme l'UNICEF, les différentes institutions gouvernementales, diverses entreprises, etc.

Marketing, la lettre C, ceux qui amènent la publicité déjà faite et la lettre D, ceux qui optent pour amener le thème afin que le service concernée de la radio se charge de la rédaction.

Tableau n°54 : Les pratiques publicitaires dans les radios émettant au Burundi

Radio	A en %	B en %	Radio	C en %	D en %
Umuco FM	20	80	Umuco FM	40	60
RPA Ngozi	20	80	RPA Ngozi	30	70
Ivyizigiro	80	20	Ivyizigiro	85	15
Humuriza FM	80	20	Humuriza FM	40	60
RTNB	80	20	RTNB	30	70

Source : Auteur à partir des entretiens tenus le 31 mars et le 01 avril 2017 avec les responsables de ces radios ou les responsables du service Marketing au sein de ces dernières.

6.2.3. Distribution des radios sur le territoire Burundais.

6.2.3.1. Siège des radios émettant au Burundi

Les données sur les sièges des radios émettant au Burundi vont nous aider à découvrir le milieu de concentration de ces dernières. Les données disponibles révèlent que la majorité des radios émettant au Burundi, possèdent leurs sièges à Bujumbura, capitale du pays. Ce résultat concorde avec le travail de Nindorera et ses compagnons, travail dans lequel ils affirment que la plupart des médias Burundais sont implantés à Bujumbura (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.7 et 94). Ce phénomène peut être justifié par le fait que pour les PVD en général et pour le Burundi en particulier, la Capitale est le centre d'intérêts dans presque tous les domaines de la vie du pays; presque tous les services y sont concentrés. Ceci implique que la grande partie du marché publicitaire se trouve également dans la capitale parce que dans les conditions normales, le marché publicitaire se localise dans les centres urbains et plus précisément dans la

capitale, exception faite de la téléphonie mobile ou la concurrence est farouche entre les principaux opérateurs (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013 : 94).

Ainsi, les radios trouvent des difficultés à investir en dehors de Bujumbura. Ces difficultés sont liées à l'exiguïté du marché publicitaire, l'insuffisance de la capacité de ces radios à développer des politiques de marketing efficaces et ambitieuses et le manque d'importance de la part des opérateurs économiques à investir dans ce secteur (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013 : 157).

Pour la radio nationale, s'implanter à Bujumbura n'est pas le fait du hasard car, comme le souligne Etienne L.D., les radios nationales se trouvent évidemment dans les capitales, près du siège du pouvoir pour le servir comme outil de propagande politique (Damome, 2008, p.59). Et comme nous allons le voir, même sa ligne éditoriale va dans ce sens. La concentration de presque tous les services dans la capitale est aussi à l'origine de l'exode rural, non seulement au Burundi, mais aussi dans tous les PVD.

De ces données, nous constatons que peu de radios de notre étude disposent de leurs sièges à l'intérieur du pays. Ces données indiquent également que toutes les radios de proximité ont leurs sièges à l'intérieur du pays exception faite de la Radio "COLOMBE FM" qui s'est implantée à Bujumbura, capitale du pays.

Concernant les radios communautaires, nous remarquons que la Radio "COLOMBE FM" n'a pas respecté l'idée maîtresse des radios de proximité au Burundi parce que dans leur orientation, il s'agissait de rompre avec la programmation des émissions conçues en ville et de se rapprocher du monde rural afin de permettre à la population locale de s'y exprimer (Karayenga, 2011, p. 29).

En fonction de la configuration géographique du pays et des projets élaborés, d'ici 2020, six nouvelles radios communautaires de type décentralisé seront implantées dans les localités suivantes :

- ❖ Sur le site de l'ancienne radio « ondes courtes » à Mweya (Centre) ;
- ❖ Au chef-lieu de la province Bubanza (Ouest) ;

- ❖ Au chef-lieu de la province Muyinga (Nord-est) ;
- ❖ Au chef-lieu de la province Ruyigi (Est) ;
- ❖ Au centre urbain de Rumonge (Sud-ouest) ;
- ❖ Au campus universitaire de Bujumbura (la Capitale) (Mfuranzima, 2011, p.38).

Le tableau suivant présente la localisation des radios émettant au Burundi:

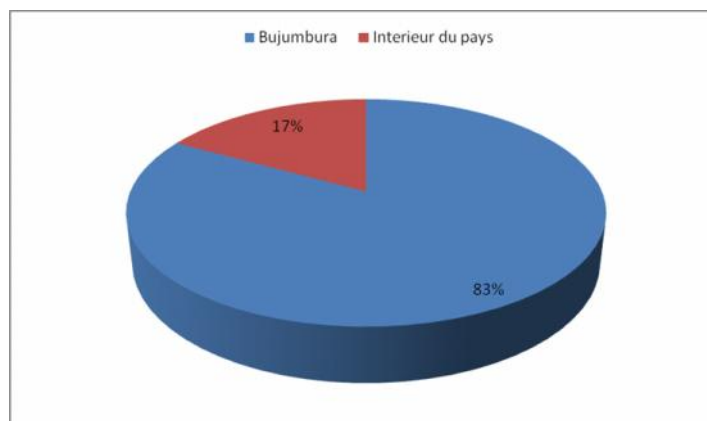
Tableau n°55 : Sièges des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Sièges
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Quartier Rohero, Avenue du 13 octobre, B.P. 1900 Bujumbura
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Quartier Rohero, Avenue du 13 octobre, B.P. 1900 Bujumbura
R. Nderagakura FM	Quartier Kabondo, Avenue des paysans, commune Mukaza, Bujumbura
R. Ivyizigiro	Quartier Kigobe, Bujumbura Mairie, B.P.: 6445 Bujumbura
R. Maria Burundi	Quartier Gihosha, Bujumbura Mairie, B.P.: 490 Gitega
R. Agakiza	Quartier Jabe, Bujumbura Mairie. BP: 1710 Bujumbura
R. Salama	Commune Mukaza, zone Buyenzi, 5eme Avenue 1, B.P.: 2607 Bujumbura
R.Voix d'Espoir	Quartier Kigobe, Zone Gihosha, Commune Ntakangwa, B.P.: 238 Bujumbura
R. La Voix d'Afrique	Mairie de Bujumbura
R. Ijwi ry'Amahoro	Mairie de Bujumbura
R.« Destiny FM »	Mairie de Bujumbura
R. Ntumbero FM	Mairie de Bujumbura
R. CCIB FM +	Quartier Rohero I, Avenue du 18 septembre, Bujumbura Mairie, B.P.: 313 Bujumbura
R. Culture	Quartier Asiatique, Rue Bukirasazi, n° 7, Bujumbura Mairie, B.P.: 489 Bujumbura
R.Bonesha FM	Quartier Rohero II, Zone Rohero, Commune Mukaza, Bujumbura Mairie, Ch. P.L.R., B.P.: 531447 Bujumbura
RPA	Quartier asiatique, Boulevard de l'Indépendance, B.P.: 6927 Bujumbura
R. Isanganiro	Quartier Rohero I, N° 27, Avenue de l'amitié, B.P.: 810 Bujumbura
R. Renaissance	Mairie de Bujumbura, B.P.: 2986 Bujumbura
R. Rema FM	Quartier Kigobe, Zone Gihosha, Commune Ntakangwa, Bujumbura Mairie, B.P.: 3610 Bujumbura
R. Fréquence Menya	Quartier Asiatique, 7 ^{ème} Avenue du Lac n° 7, Bujumbura Mairie
R. Citizen « Citizen Radio »	Mairie de Bujumbura
R. Buja FM	Quartier Industriel, Avenue de l'OUA n° 43, Bujumbura Mairie

R. Humuriza FM	Quartier Nyabiharage, Commune Gitega, Province Gitega
Radio Twitezimbere	NYANZA-LAC en Province de MAKAMBA
HIT R. A.	Mairie de Bujumbura
RPA Ngozi	Quartier Gabiro, Commune et Province Ngozi
R. Umuco FM	Quartier Muremera, Commune et Province Ngozi
R.Star FM	Commune et Province Gitega
RIU	Colline Ruhanza en Commune Giheta, Province Gitega
R. Colombe FM	Zone Cibitoke, Bujumbura Mairie
VOA	Mairie de Bujumbura
RFI	Mairie de Bujumbura
BBC	Mairie de Bujumbura
RCI	Mairie de Bujumbura
D. W.	Mairie de Bujumbura

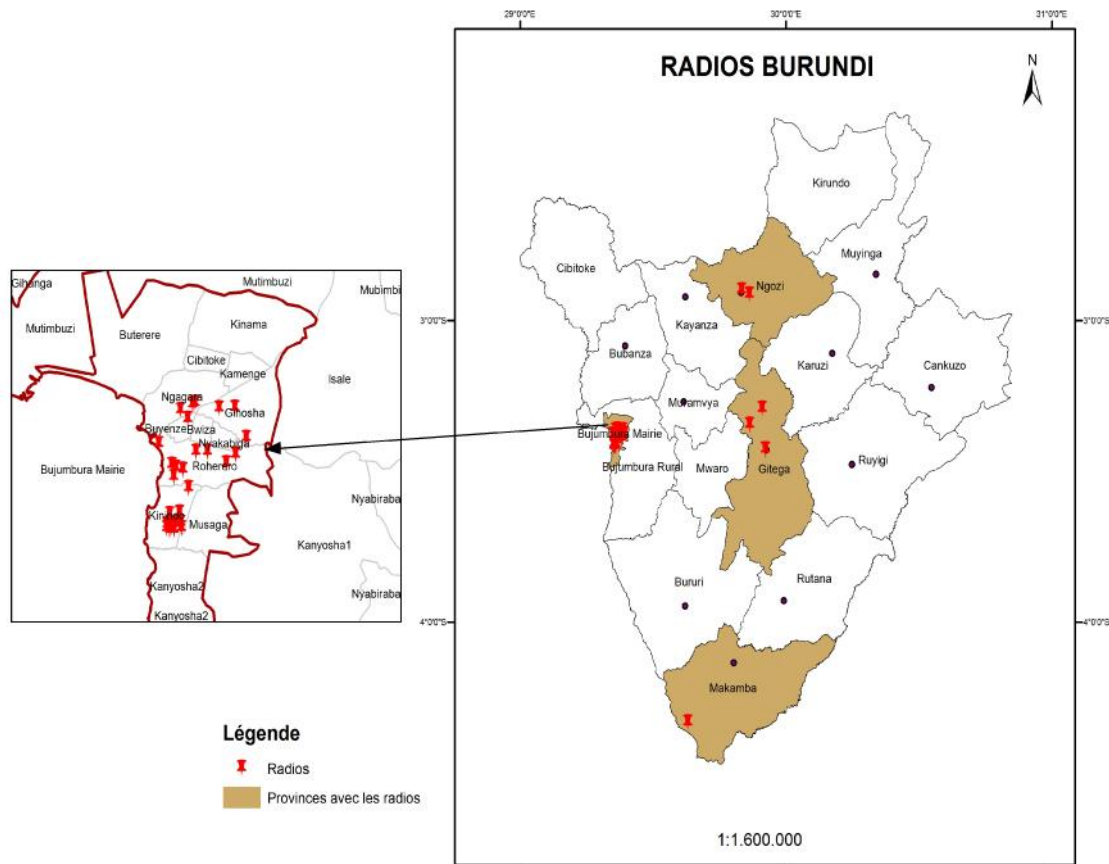
Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les données disponibles révèlent que 29 sur 35 radios émettant au Burundi, soit 83% du total des radios constituant tout l'univers possèdent leurs sièges à Bujumbura, capitale du pays. Ce résultat est proche de celui de l'étude réalisée par Nindorera et ses compagnons, travail dans lequel ils affirment que 90% des médias Burundais sont implantés à Bujumbura (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p. 7). Ce pourcentage indique que la population Burundaise éprouve un grand besoin des radios de proximité et vif désir d'écouter des radios de choix puisque la majorité des radios ayant leurs sièges à Bujumbura ne couvrent que Bujumbura et ses environs. Seules 6 radios sur 35, soit 17% du total des radios possèdent leurs sièges à l'intérieur du pays.

Graphique n°10 : Sièges des radios émettant au Burundi

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Schéma n°4 : Carte d'implantation des radios sur le territoire Burundais



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.3.2. Structure des radios émettant au Burundi

Le choix de l'étude de la structure des radios émettant au Burundi n'a pas été le fait du hasard parce que nous voulons savoir si ces dernières disposent chacune un ou plusieurs centres de production et d'émission (CPE) ou plusieurs centres de production (CP) avec un seul centre d'émission.

Les données disponibles indiquent que la majorité des radios émettant au Burundi ne dispose qu'un seul centre de production et d'émission. Ces mêmes données témoignent que seules deux radios possèdent un centre de production ou un studio de production hormis son siège. Ces deux radios sont la RTNB (1^{ère} chaîne) qui dispose d'un centre de production à Gitega et la Radio MARIA Burundi qui possède un Studio mobile dans les différentes paroisses du pays et un autre centre de production et d'émission à Gitega. L'analyse de ces données montre que la structure des radios émettant au Burundi est à la phase embryonnaire pour des raisons financières, matérielles et humaines, etc. Le Studio mobile dans les différentes paroisses du pays pour la Radio Maria Burundi par exemple est utilisé par les bénévoles.

Concernant les centres de production et d'émission, les données disponibles indiquent que presque la majorité des radios dispose chacune un seul centre de production et d'émission constituant son siège. Dans la suite nous présentons un tableau décrivant la situation des centres de production pour les radios émettant au Burundi.

Tableau n°56 : Centres de production et d'émission des radios émettant au Burundi

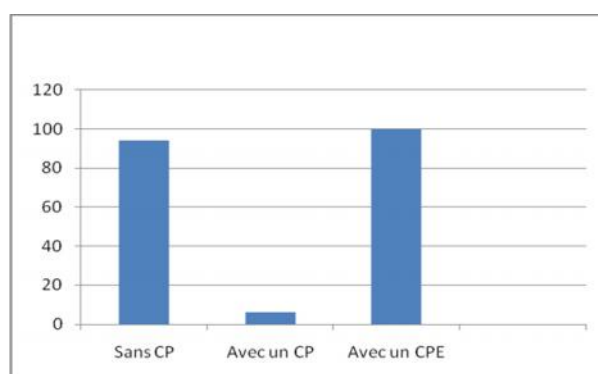
Dénomination de la radio	CP	CPE
RTNB (I ^{ère} chaîne)	1 à Gitega	1
RTNB (II ^{ème} chaîne)	-	1
R. Nderagakura FM	-	1
R. Ivyizigiro	-	1
R. Maria Burundi	Studio mobile dans les différentes paroisses du pays	2 : à Bujumbura et à Gitega
R. Agakiza	-	1
R. Salama	-	1
R. Voix d'Espoir	-	1
R. La Voix d'Afrique	-	1
R. Ijwi ry'Amahoro	-	1
R.« Destiny FM »	-	1
R. Ntumbero FM	-	1
R. CCIB FM +	-	1
R. Culture	-	1
R. Bonesha FM	-	1
RPA	-	1
R. Isanganiro	-	1
R. Renaissance	-	1
R. Rema FM	-	1
R. Fréquence Menya	-	1
R. Citizen « Citizen Radio »	-	1
R. Buja FM	-	1
R. Humuriza FM	-	1
Radio Twitezimbere	-	1
HIT R. A.	-	1
RPA Ngozi	-	1
R. Umuco FM	-	1
R. Star FM	-	1
RIU	-	1
R. Colombe FM	-	1
VOA	-	1
RFI	-	1
BBC	-	1
RCI	-	1
D. W.	-	1

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les données disponibles indiquent que la majorité des radios émettant au Burundi c'est-à-dire 33 sur 35, soit 94% ne dispose pas d'autres centres de production et d'émission ou de production en dehors de leurs sièges, comme leur extension. Seules 2 radios sur 35, soit 6% de ces radios en dispose.

L'analyse de ces données montre que la structure des radios émettant au Burundi est à la phase embryonnaire pour plusieurs raisons. Le graphique suivant illustre les radios émettant au Burundi et leurs centres de production et d'émission. Sur l'axe des abscisses communément appelée « X », nous avons les types de centres de production et sur celui des ordonnées appelée « Y », nous avons le taux de présence de ces centres pour les radios étudiées.

Graphique n°11 : Disposition des centres de production par les radios émettant au Burundi



Source: Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.3.3. *Fréquences d'émission des radios émettant au Burundi*

Dans cette section, nous allons mettre en évidence les fréquences des radios émettant au Burundi et l'organe chargé de l'attribution et la gestion de ces dernières (Entretien avec l'Agent de l'ARCT, 01 fév.2017). Nous avons pensé à faire cette étude, parce que la fréquence d'émission peut avoir un impact sur la zone de couverture.

Concernant les fréquences d'émission, les données disponibles sur ces dernières indiquent que les radios émettant sur deux ou plus de fréquences ne sont pas si nombreuses que celles émettant sur une seule fréquence. Ceci implique que la plupart des radios émettant au Burundi n'émettent que sur une seule fréquence. Partant, certaines de ces radios ne couvrent qu'une partie du pays, soit une province et ses environs, soit une région et ses environs. Ceci peut être aussi le fait que pour certaines radios existe des zones d'ombre leur empêchant de couvrir tout le territoire national, se répercutant ainsi sur son audience. Ce phénomène peut rendre aussi plus difficile la détermination de l'audience pour chaque radio comme nous allons le voir dans la suite de ce travail.

Remarquons que presque toutes ces radios utilisent les antennes de réémission, communément appelées Antennes de relais de la RTNB installées à Manga, Birime, Mutumba, Inanzerwe et Kaberenge, se situant respectivement dans les provinces de Bujumbura Rural, Ruyigi, Kirundo, Makamba et Bururi (Entretien tenu le 21/04/2016 avec un journaliste de la RTNB).

Quant à l'organe d'attribution et de gestion des fréquences, nous constatons que depuis 1959 à nos jours, notre pays n'a connu que deux organes d'attribution et de gestion des fréquences qui sont l'ONATEL et l'ARCT. L'ONATEL a exercé cette fonction jusqu'en juin 1998, période où l'ARCT a commencé ses activités même s'il a été créé en septembre 1997. Ceci veut dire que très peu de radios ont obtenu les fréquences d'émission de la main de l'ONATEL, organe qui était chargé du sujet de télécommunication à l'époque.

Comme nous l'avons ci-haut évoqué, la majorité des radios a été fondée à partir de l'an 2001, c'est-à-dire 4ans après la création de l'ARCT. Ceci implique que la majorité de radios a accédé à leurs fréquences d'émission par l'ARCT, agence qui a la mission d'assurer le contrôle et la régulation du secteur des télécommunications et de faire respecter la réglementation y relative.

Quant à la puissance, le cahier des charges relatives à l'installation et à l'exploitation des stations de radiodiffusion sonore en modulation de Fréquence (FM) précise que :

La puissance à la sortie de l'émetteur de radiodiffusion en modulation de fréquence (FM) est limitée à 150 W à BUJUMBURA et dans les autres villes, à 1500 W sur les stations relais et à 5000 W sur le site de MANGA et MUGONGO. Toutefois, l'ARCT peut exceptionnellement autoriser l'exploitation des dispositifs de puissance plus élevée. (ARCT, 2016, P.3).

Manga, Mutumba, Birime, Kaberenge et Inanzerwe sont les cinq sommets où sont installées les antennes de réémission dont nous avons ci-haut évoqué. Voyons les puissances de quelques radios :

- RTNB : Les deux chaînes possèdent 10Kw Radio Ivyizigiro : les puissances d'émission de cette radio sont : de 150W à Manga, de 1000W à Mutumba, de 500W à Inanzerwe et de 500W à Kaberenge.
- Radio Humuriza FM : la puissance d'émission de cette dernière est de 300W
- Radio Umuco FM : la puissance d'émission de ladite radio est de 500W

(Entretiens avec les responsables de ces radios ou responsables du service technique de ces dernières du 21 au 24 avril 2017). Le tableau suivant offre les fréquences d'émission des radios émettant au Burundi.

Tableau n°57 : Fréquences d'émission et organe d'attribution et de gestion de ces dernières

Dénomination de la radio	Fréquence	Organe attribuant les fréquences
RTNB (I ^{ère} chaîne)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 102.9 MHz à Bujumbura; ➤ 92.9MHz (Programme de nuit) ; ➤ 95.6 MHz à Manga ; ➤ 94.7 MHz à Kaberenge ; ➤ 94.2 MHz à Birime ; ➤ 88.8 MHz à Mutumba et ➤ 88.4 MHz à Inanzerwe 	ONATEL
RTNB (II ^{ème} chaîne)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 102.9 MHz à Bujumbura; ➤ 92.9MHz (Programme de nuit) ; ➤ 95.6 MHz à Manga; ➤ 94.7 MHz à Kaberenge ➤ 94.2 MHz à Birime ; ➤ 88.8 MHz à Mutumba et ➤ 88.4 MHz à Inanzerwe 	ONATEL
R.Nderagakura FM	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 106.7MHz à Manga ; ➤ 87.9 MHz à Bujumbura; ➤ 103.7MHz à Birime et ➤ 90.5 MHz à Mutumba ➤ 100.40 MHz à kaberenge 	ARCT
R. Ivyizigiro	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 90.8 MHz à Inanzerwe ➤ 90.9 MHz à Kigobe ➤ 91.3 MHz à Mutumba et ➤ 104.8 MHz à Manga 	ARCT
R.Maria Burundi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 98.40 MHz: Bujumbura ; ➤ 98.40 MHz: Gitega; ➤ 106 MHz: Manga; ➤ 96.2 MHz : Inyange. 	ARCT
R. Agakiza	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 101.8MHz: Manga; ➤ 97.9MHz: Bujumbura. 	ARCT
R.Salama	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 104.4MHz : Manga ; ➤ 92.3MHz : Bujumbura. 	ARCT
R. Voix d'Espoir	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 107.8 MHz : Manga ; ➤ 94.3 MHz : Bujumbura 	ARCT
R.La Voix d'Afrique	91.8 MHz : Bujumbura	ARCT
R.Ijwi ry' Amahoro	➤ 102.1 MHz : Bujumbura	ARCT
R. Destiny FM	➤ 90,5MHz	ARCT
R.Ntumbero FM	➤ 94.6 MHz	ARCT
R.CCIB FM +	➤ 99.4 MHz : Bujumbura	ONATEL
R.Culture	➤ 99.90 MHz	ARCT

R.Bonesha FM	➤ 96.8 MHZ	ARCT
RPA	➤ 93.7MHZ: Bujumbura et ➤ 107.1MHZ: Manga	ARCT
R.Isanganiro	➤ 89.7 MHZ: Bujumbura; ➤ 10 1MHZ: Manga ; ➤ 89.3 MHZ: Birime ; ➤ 90.6 MHZ: Mutumba; ➤ 93.3 MHZ: Kaberenge ; ➤ 95.1 MHZ: Inanzerwe	ARCT
R.Renaissance	➤ 89.7 MHZ: Bujumbura; ➤ 10 1MHZ: Manga ; ➤ 89.3 MHZ: Birime ; ➤ 90.6 MHZ: Mutumba ; ➤ 93.3 MHZ: Kaberenge ➤ 95.1 MHZ: Inanzerwe	ARCT
R. Rema FM	➤ 88.6 MHZ: Bujumbura; ➤ 107. 5MHZ: Manga et ➤ 89.0 MHZ: Songa	ARCT
R.Fréquence Menya	➤ 88.9 MHZ : Bujumbura	ARCT
R. Citizen	➤ 94MHZ	ARCT
R. Buja FM	➤ 87.6 MHZ: Bujumbura	ARCT
R.Humuriza FM	➤ 99.6 MHZ	ARCT
R.Twitezimbere	➤ Dnd	ARCT
HIT R.A	➤ 91.4 MHZ	ARCT
RPA Ngozi	➤ 96.00 MHZ	ARCT
R.Umuco FM	➤ 102.8MHZ	ARCT
R.Star FM	➤ 88.8 MHZ	ARCT
RIU	➤ 92.2 MHZ	ARCT
R. Colombe FM	➤ 93.2MHZ	ARCT
VOA	➤ 94.9 MHZ ➤ 95.2MHZ	ARCT
RFI	➤ 91,6 MHZ	ARCT
BBC	➤ Dnd	ARCT
RCI	➤ 89.2 MHZ	ARCT
D.W	➤ Dnd	ARCT

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

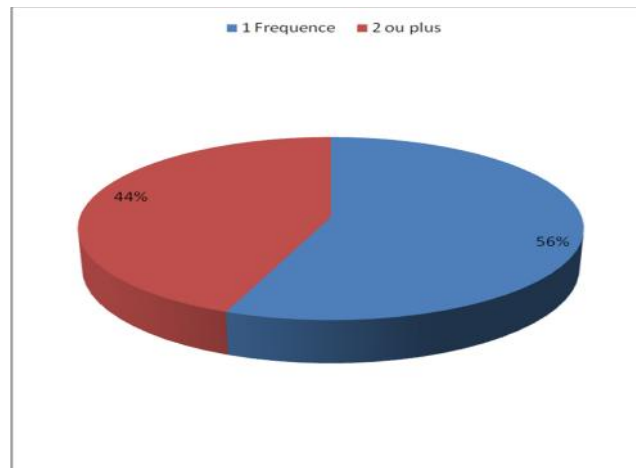
Les fréquences d'émission

Les résultats disponibles sur les fréquences d'émission montre que 18 sur 32 radios soit que 56% des radios émettant au Burundi ne disposent qu'une seule fréquence d'émission, une des raisons étant à la base de la non couverture de tout le territoire nationale. Les mêmes résultats indiquent que seules 14 sur 32 radios soit 44% des radios émettant au Burundi émettent sur deux ou plusieurs

fréquences leur permettant pour la majorité de couvrir tout le territoire nationale ou une grande partie de ce dernier grâce aux antennes de relais de la RTNB.

Signalons qu'il nous a été impossible d'accéder aux données de 4 radios. D'où, leur exclusion dans cette analyse. Dans la suite vient le graphique illustratif de ces résultats.

Graphique n° 12: Les radios émettant au Burundi sur base du nombre de fréquences de chacune



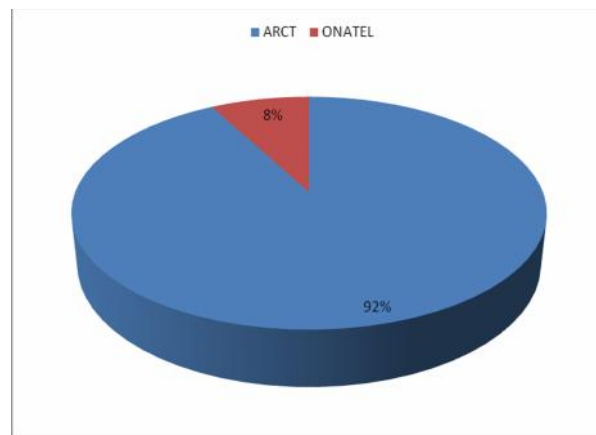
Source: Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Organes d'attribution et de gestion des fréquences

Les données sur l'organe d'attribution et de gestion des fréquences témoignent que la majorité, soit 92% des radios émettant au Burundi ont accédé à leurs fréquences de la main de l'ARCT, organe qui, depuis juin 1998 jusqu'à aujourd'hui s'occupe de l'attribution, de la gestion des fréquences, du contrôle et de la régulation du secteur des télécommunications et de faire respecter la réglementation y relative. Les radios qui ont obtenu les fréquences de la part de l'ONATEL, organe qui sont celles qui ont vu le jour avant la création

de l'ARCT et ne représentent que 8% du total des radios émettant au Burundi. Observons cette situation dans le graphique suivant :

Graphique n° 13: Part de l'ONATEL et de l'ARCT dans l'attribution des fréquences aux radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.3.4. Couverture des radios émettant au Burundi

Certaines des radios émettant au Burundi couvrent tout le territoire national. Les autres sont régionales ou couvrent une grande partie du pays sans pouvoir couvrir tout le pays suite aux problèmes techniques tels que l'absence d'antennes de réémission, émetteurs en panne, etc., conséquents au manque de moyens (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.56). Il existe même des radios qui franchissent les frontières du pays et grâce à l'avancée technologique, certaines radios émettent également en ligne. Les données disponibles nous montrent que la majorité des radios constituant notre étude couvre Bujumbura et ses environs. Pourtant, certaines de ces radios franchissent les frontières du pays et couvrent une partie de la RDC et du Rwanda. Ces mêmes données témoignent

qu'un nombre non négligeable de radios émettant au Burundi a une couverture nationale et internationale. Au niveau international, certaines de ces radios s'intéressent beaucoup plus aux Pays des Grands Lacs (PGL).

Un autre groupe de radios, constitué généralement par les radios communautaires a une couverture régionale : deux de ces radios couvrent la Région Nord et les zones environnantes et les trois autres couvrent la Région du Centre du pays ainsi que ses environs. Comme pour les radios émettant à Bujumbura et ses environs, certaines de ces radios couvrent certaines parties des pays voisins comme le Rwanda et la Tanzanie.

Ces données révèlent que la population Burundaise n'a pas encore le choix suffisant des radios à suivre parce que la plupart de ces dernières ne couvrent pas tout le territoire. Ce phénomène peut faire a ce qu'une radio soit plus écoutées sur tout le territoire non pas parce qu'elle est plus préférée par les auditeurs, mais par le simple fait qu'elle couvre la grande partie du pays (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.56). Ce phénomène peut fausser les résultats sur l'audience.

Remarquons que certaines de ces radios émettent également en ligne à travers leurs pages web. Malheureusement, la majorité de la population n'a pas accès à l'Internet par manque de moyen, d'électricité,... ce qui fait que même ceux qui consultent l'Internet le font au moins une fois par semaine (Frère et Fiedler, 2016, p.121). Cette situation montre que l'Internet n'est pas encore un moyen de communication adéquat au Burundi. Par la suite, nous présentons le tableau recueillant toutes ces informations.

Tableau n°58 : Couverture des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Couverture
	Bujumbura
R. Culture	Bujumbura et les provinces environnantes
R. Fréquence Menya	Bujumbura et les Provinces environnantes
R. Buja FM	Bujumbura et les Provinces environnantes
RCI	Bujumbura et les provinces environnantes
R. Colombe FM	Bujumbura et les provinces environnantes ainsi qu'une partie d'Uvira en RDC
R. La Voix d'Afrique	Bujumbura et les provinces environnantes ainsi qu'une partie de la RDC
R. Ijwiry'Amahoro	Bujumbura et les provinces environnantes ainsi qu'une partie de la RDC
R. CCIB FM +	Bujumbura et les provinces environnantes, quelques localités situées sur les collines non ombragées comme Kabarore (Kayanza), Karuzi, Bukeye,... (20% du territoire national)
R.« Destiny FM »	Bujumbura et ses environs
R. Ntumbero FM	Bujumbura et ses environs
R. Renaissance	Bujumbura et ses environs
R. Rema FM	Bujumbura et ses environs
R. Citizen « Citizen Radio »	Bujumbura et ses environs
HIT R. A.	Bujumbura et ses environs pour le moment
R. Agakiza	Capital de Bujumbura et ses environs
	Nationale et internationale
R.Voix d'Espoir	Nationale
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Nationale & Internationale
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Nationale & Internationale
R. Nderagakura FM	Nationale & Internationale
R. Ivyizigiro	Nationale & Internationale
R. Maria Burundi	Nationale & Internationale
RPA	Nationale & Internationale
RFI	Nationale & Internationale
D. W.	Nationale & Internationale
VOA	Nationale et Internationale et surtout les PGL
BBC	Nationale et Internationale et surtout les PGL

R. Isanganiro	Nationale et une partie de la RDC et du Rwanda ainsi qu'à travers son web
R.Bonesha FM	Nationale et une partie de la RDC et du Rwanda.
R. Salama	Nationale et une partie des pays frontaliers entre autre la RDC
	Regionale
R.Star FM	Région du Centre du pays et les provinces environnantes
RIU	Région du Centre du pays et les provinces environnantes
R. Umuco FM	Région du nord du pays, du Centre du pays à près de 45 %, Muramvya à près de 75 %, Karusi à 70%, Mwaro à près de 30%) et de l'Est (Ruyigi et Cankuzo à 30 %)
R. Humuriza FM	4 Provinces à 100%. Ces Provinces sont: Gitega, Mwaro, Muramvya, Karuzi et quelques communes des provinces Kayanza, Rutana, Ruyigi et Bururi
RPA Ngozi	Région Nord du pays et une partie des pays limitrophes comme le Rwanda et la Tanzanie
Radio Twitezimbere	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les résultats de notre enquête montrent que la majorité des radios soit 46% du total des radios constituant notre étude couvre Bujumbura et ses environs, même si certaines d'entre elles franchissent les frontières du pays et couvrent une partie de la RDC et du Rwanda via la plaine de l'Imbo.

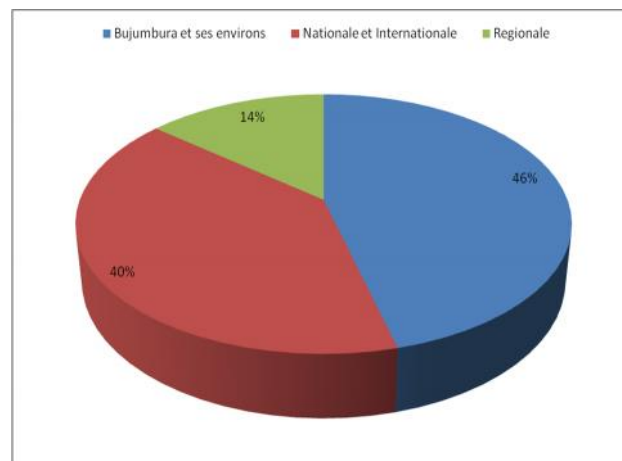
Ces mêmes résultats témoignent que 14 radios sur 35 soit 40% de ces mêmes radios ont une couverture nationale et internationale. Au niveau international, certaines de ces radios s'intéressent beaucoup plus aux PGL comme nous l'avons déjà évoqué.

Les 5 radios sur 35 soit 14% ont une couverture régionale : deux de ces radios couvrent la Région Nord et les zones environnantes y compris certaines parties des pays voisins comme le Rwanda et la Tanzanie et les trois autres couvrent la Région du Centre du pays ainsi que ses environs.

L'analyse de ces données révèle que la population Burundaise trouve encore des difficultés concernant le choix des radios à suivre parce que 60% de ces dernières ne couvrent pas tout le territoire. Soulignons que certaines de ces radios émettent également en ligne à travers leurs pages web. Mais nous avons constaté que l'accès à l'Internet pour la population Burundaise constitue un

problème sérieux pour des raisons déjà cités. Notre appréciation est confirmée par l'étude menée par Frere, M-S. et Anke Fiedler, A., qui affirment que seul 5% de la population accédait à l'internet au moins une fois a la semaine en 2016 (Frère et Fiedler, 2016, p.121). Le graphique suivant nous donne des précisions sur les zones couvertes par les radios émettant au Burundi.

Graphique n° 14: Couverture des radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.4. Offre de contenus

6.2.4.1. *Contenus des programmes des radios émettant au Burundi*

Au Burundi, les contenus des programmes des radios dépendent beaucoup plus des catégories ou de la nature de ces dernières. Ainsi, les radios publiques traitent généralement les thèmes en rapport avec l'action du gouvernement, les radios confessionnelles se centrent toutes sur l'évangélisation, la Radio CCIB FM + se centre l'économie, les programmes de la radio culture comme l'indique son nom sont axés sur la culture, la Radio Fréquence Menya se centre sur la Musique, la Radio Ijwi ry'Umukenyenzi (RIU) centre ses émissions

sur la femme, etc. Mais si on analyse au fond les contenus de toutes ces radios (celles dont les données sont disponibles), nous constatons que malgré la différence des lignes éditoriales, ces radios traitent presque les mêmes thèmes. Ceci implique que quelques facteurs influencent la collecte et le traitement de l'information pour toutes ces radios. Parmi ces facteurs nous pouvons citer la situation sécuritaire ou législative très liée à la situation politique du pays, ici nous insinuons la liberté de la presse ; la situation économique de ces médias qui endosse plusieurs problèmes dont le manque de moyens pour s'équiper valablement ou réparer le matériel, les salaires insuffisants pour le personnel, la limitation dans la production de l'information (les frais de déplacement et le carburant généralement coutent très cher à ces radios); les frais de communication ; la Régie de production et distribution d'eau et d'électricité (Regideso) ; le loyer pour certaines radios privées ; fondateurs, bailleurs de fonds et/ou les partenaires qui veulent que les programmes diffusés répondent à leurs ambitions sinon à leurs points de vue etc. (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, pp. 109 et 117-121).

Revenant sur le facteur législatif comme facteur déterminant du contenu, nous affirmons avec Frère, M.-S. et Fiedler, A., que les radios étrangères comme la BBC, la RFI et la VOA des fois peuvent aborder des thèmes que les radios nationales n'osent pas toucher, surtout quand il s'agit d'un sujet en rapport avec la politique, la sécurité, la justice et les droits de l'homme, la malversation, etc. Malheureusement le temps d'antenne que ces dernières dédient au Burundi est limité et parfois, elles aussi souffrent des manipulations de la part de leurs sources ou des côtés penchants de leurs correspondants (Frère et Fiedler, 2016, p.129). Malgré toutes ces influences que subissent ces radios les thèmes fréquemment traités sont presque les mêmes. Le tableau ci-après recueille tous les thèmes traités par les radios émettant au Burundi.

Tableau n° 59: Les contenus des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Contenus
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Politique, l'Economie, la Santé, la Société, la Culture, le Divertissement entre autres Folklore, Sport, Musique, Chansons religieuses, etc
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Politique, l'Economie, la Santé, la Société, la Culture, le Divertissement entre autres Folklore, Sport, Musique, Chansons religieuses, etc
R. Nderagakura FM	Informations en rapport avec l'éducation
R. Ivyizigiro	Evangelisation (enseignement biblique, prédication, affermissement) ; Education à la paix ; Réconciliation ; Développement ; Témoignage ; Information (Mbariza) ; Santé, hygiène et lutte contre le VIH ; Le genre et la famille ; Enfants ; Jeunes ; Culture ; Le bien – être de la population ; L'enseignement des langues (Swahili et Anglais de Habari Maalum) ; L'environnement et l'agriculture ; Divertissement ; Les chansons.
R. Maria Burundi	Formation spirituelle et humaine
R. Agakiza	Religieux, social, éducatif et économique
R. Salama	Religion, l'économie, la sante, la paix, la réconciliation, l'environnement, le développement, etc.
R.Voix d'Espoir	Evangelisation, Redonner de l'espoir a la population, Santé, informations en rapport avec les femmes et les enfants, le développement et la réconciliation, la Paix et la réconciliation
R. La Voix d'Afrique	Religieux
R. Ijwi ry'Amahoro	Religieux
R.« Destiny FM »	Religion, la Santé, la Justice et le leadership
R. Ntumbero FM	Actualité et magazine d'information : 35% ; Jeunesse et promotion de la femme : 20% ; Education, Santé et environnement : 15% ; Culture, Sport et détente : 10% et Publicité : 10%
R. CCIB FM +	Economie et le Divertissement
R. Culture	Journaux parlés; Magazines en Santé, Economie, Environnement, Genre, Musique et Sport
R.Bonesha FM	Journaux parlés, débats orientés vers la paix et la réconciliation, le développement et les droits de l'homme ainsi que le divertissement
RPA	Bonne Gouvernance, les droits de l'homme, la société, le développement, la réconciliation, le divertissement, etc
R. Isanganiro	Politique, l'Economie, la Santé, le Sport et la culture, la Société, la Sécurité, la Justice et droits de l'homme sans oublier l'environnement
R. Renaissance	Evénements, la culture, la musique, etc

R. Rema FM	Le Journal, Politique, Sport, Culture et le divertissement
R. Fréquence Menya	La musique et les publicités de ces artistes
R. Citizen « Citizen Radio »	Ses émissions se centrent sur l'intégration régionale
R. Buja FM	Innovation, le changement de vision et l'éducation
R. Humuriza FM	La jeunesse à 60%, les Jeux et surtout le football à 20%, les programmes pour les femmes à 10%, la Santé et autres à 10%
Radio Twitezimbere	Développement
HIT R. A.	La musique et la culture, les programmes socio-éducatifs et les programmes de divertissement.
RPA Ngozi	Politique, l'Economie, la Sécurité, la Santé, la Société, la Bonne Gouvernance, les Droits de l'Homme, l'Environnement, la Culture, le Sport et autres
R. Umuco FM	Information nationale, des émissions liées aux droits de l'homme, à la bonne gouvernance, à l'éducation, l'agriculture, la santé, l'environnement, la culture, le sport, etc.
R.Star FM	Développement de la population Rurale, la Santé, l'Environnement et le Divertissement/Entretien
RIU	Santé, l'Agriculture et l'Elevage, <i>les Droits Humains</i> , les Violences basées sur le Genre, le rôle de la femme dans la consolidation de la paix et la résolution des conflits communautaires, l'Education, la Culture, l'auto-développement, etc.
R. Colombe FM	Education de la jeunesse de la communauté en général, et ayant trait à la Santé, environnement et aux droits des citoyens, l'enfance, la musique, la Culture et au Divertissement
VOA	Politique, le Social et l'Economique
RFI	Politique, la culture et le divertissement
BBC	Politique, la réconciliation, le divertissement, etc
RCI	Promotion de la culture Chinoise
D. W.	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Selon les données de notre enquête, les thèmes les plus traités par les radios émettant au Burundi sont : l'économie, le développement, l'agriculture, la politique, la bonne gouvernance, la paix et la réconciliation, le divertissement, la culture, la société, la santé, l'évangélisation, le sport, la musique, la sécurité, la justice et les droits de l'homme, l'environnement, l'éducation, le genre, l'innovation et le changement de vision, etc. En effet, la fréquence de chacun de ces thèmes dépend de la situation socio-économique et politique du pays. Par

exemple en cas de perturbation politique les thèmes de « Sécurité, Justice et droits de l'homme » reviennent plusieurs fois et dans presque toutes les radios, en cas d'une épidémie d'une maladie quelconque comme celle de la Malaria, le thème « Santé » est beaucoup traité par toutes les radios, en cas de catastrophe naturel, le thème « environnement » devient très important pour toutes les radios,...

Au Burundi, il est normal que les thèmes comme l'économie, développement et agriculture viennent à la tête de tous les autres et dans presque toutes les radios parce que la situation économique du pays est critique. Selon les données publiées en 2015 par le Journal Espagnol « Expansion », le PIB du Burundi était de 2.706 M€ connaissant ainsi une croissance négative de 4% par rapport à l'année précédente et occupait la 165^{ème} place sur les 196 pays dont l'expansion publie les données. Le PIB/hab. était de 242€. Mais, en classant ces pays par ordre et en fonction du PIB/hab., l'expansion classait le Burundi au dernier rang c'est-à-dire qu'il était le 196^{ème} des 196 pays publiés par l'expansion parce que, selon ses paramètres, les habitants du Burundi sont pauvres¹⁴⁹. Quant à l'agriculture, elle intéresse toutes les radios car elle occupe plus de 93% de la population Burundaise comme nous l'avons déjà vu.

La politique et la bonne gouvernance relèvent de la situation politique du pays qui n'a jamais connu de stabilité depuis tant d'années. Cela implique que cette instabilité politique préoccupe la population et de là, tous les médias et plus précisément les radios qui constituent le premier moyen d'accéder à l'information pour la majorité de la population Burundaise.

Quant à la paix et la réconciliation, ce sont des thèmes dont l'origine sont les conflits ethniques qui datent de très longtemps, mais qui se sont amplifiés avec la crise de 1993, comme nous l'avons déjà vu en haut.

Le divertissement occupe aussi une bonne place dans les radios émettant au Burundi parce que, d'une part, il est l'une des fonctions traditionnelles du journalisme (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013 : 58). D'autre part, il constitue un élément de réconfort pour la population qui a tant souffert et qui

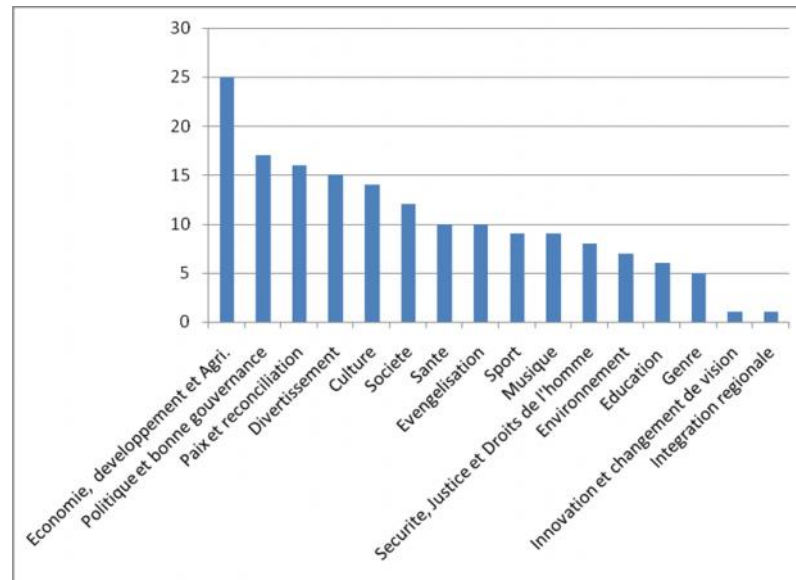
¹⁴⁹ <http://www.datosmacro.com/pib/burundi> [Visité le 28 juillet 2016]

souffre de la crise ethnique généralement et pour toute personne vivant des moments désagréables pour diverses raisons.

La culture occupe aussi une place de choix, parce que, avec le développement technologique en général et plus particulièrement dans le monde de la communication, la population Burundaise a constaté que sa culture est menacée parce que la population jeune a tendance à adopter les cultures internationales en défaveur de celle du Burundi. D'où les plaintes de la population, plus précisément les personnes les plus âgées, qui demandent sans cesse aux autorités de faire leur possible pour sauvegarder la culture Burundaise.

Nous avons préféré de justifier le classement des thèmes jusqu'au cinquième rang par leur importance dans la vie du pays. Cela ne veut pas dire que les autres n'ont pas d'importance, seulement nous n'avons pas voulu surcharger ce travail avec plus de commentaires pour ce qui est visible sur le graphique. Mais il faut faire référence au fait que l'innovation et le changement de vision occupent le dernier rang parce que dans notre pays l'entrepreneuriat est en phase embryonnaire, même chose pour le thème d'intégration régionale. Dans la suite, nous vous présentons un graphique illustratif de la façon dont les différents thèmes sont traités. L'axe des abscisses représente les thèmes traités tandis que celui des ordonnées montre le nombre de radios traitant chaque thème.

Graphique n°15 : Les thèmes les plus traités dans les radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.4.2. Langues de diffusion des radios émettant au Burundi

La langue de diffusion est l'un des éléments permettant à la radio d'atteindre le nombre le plus élevé d'auditeurs quelque soit le pays. Dans cette section, nous allons voir les langues le plus utilisées par les radios émettant au Burundi, mais d'abord il est intéressant de savoir quels sont les langues parlées dans ce pays.

Les données disponibles révèlent que la plupart des radios émettant au Burundi utilisent généralement 4 langues. Ce sont en principes les langues qui sont utilisées par les médias Burundais : le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais. Il y a des radios qui utilisent le Kirundi, le Français et le Swahili ; d'autres le Kirundi et le Français. Il existe même des radios qui émettent en Français et en Swahili uniquement. Pour le reste, on peut trouver par exemple une radio qui n'utilise qu'une seule langue comme c'est le cas de la RTNB (1^{ère}

chaîne), les autres font des combinaisons rares ; c'est-à-dire que vous pouvez rencontrer une radio qui émet en Kirundi et en Anglais ou en Kirundi, Anglais et Français ou en Français, Swahili et Anglais ou Kirundi, Kinyarwanda, Swahili, Français et Anglais ou Kirundi, Kinyarwanda, Français et Anglais ou encore en Kirundi, Français, Swahili et Arabe. L'observation du tableau-ci-après nous permet de voir les langues utilisées par les radios émettant au Burundi. et leur fréquence d'utilisation au sein de ces dernières.

Tableau n° 60: Langues utilisées par les radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Langues d'émission
RTNB (1 ^{ère} chaîne)	Kirundi
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Français, Swahili et Anglais
R. Nderagakura FM	Kirundi et Français
R. Ivyizigiro	Kirundi, Français, Anglais et Swahili
R. Maria Burundi	Kirundi, Français et Swahili
R. Agakiza	Kirundi, Français et Swahili
R. Salama	Kirundi, Français et Swahili
R. Voix d'Espoir	Kirundi à 70%, Swahili à 15%, Français à 10% et Anglais à 5%
R. La Voix d'Afrique	Kirundi, Français, Swahili, Anglais et Arabe
R. Ijwiry'Amahoro	Kirundi, Français, et Swahili
R.« Destiny FM »	Français, Kirundi et Swahili
R. Ntumbero FM	Kirundi, Français, Swahili et Anglais
R. CCIB FM +	Kirundi à 50% et Français à 50%
R. Culture	Kirundi à 50%, Français à 20%, Swahili à 10% et les 20% sont d'animation libre
R. Bonesha FM	Kirundi, Français et Swahili
RPA	Kirundi, Français, Anglais et Swahili
R. Isanganiro	Kirundi, Français, Swahili et Anglais
R. Renaissance	Français à 45%, Kirundi à 40% et Swahili à 15%
R. Rema FM	Kirundi à 60%, Français à 20%, Anglais à 10% et Swahili à 10%
R. Fréquence Menya	Kirundi, Français, Swahili et Anglais
R. Citizen « Citizen Radio »	Dnd

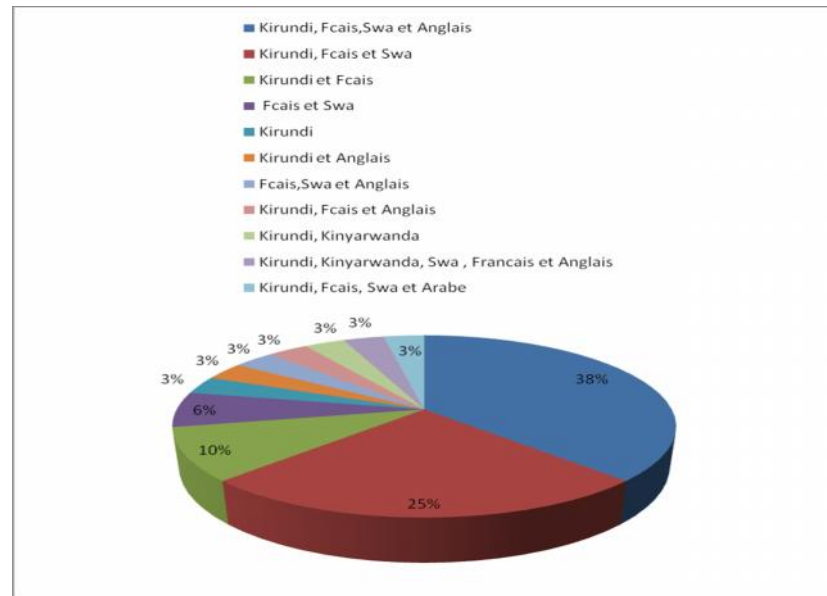
R. Buja FM	Kirundi, Français, Swahili et Anglais
R. Humuriza FM	Kirundi à 70%, Anglais à 20% et Français à 10%
Radio Twitezimbere	Kirundi et Français
HIT R. A.	Dnd
RPA Ngozi	Kirundi, Français, Swahili et Anglais
R. Umuco FM	Kirundi à 55%, Français à 25%, Swahili à 10% et Anglais à 10%, mais les journaux parlés se réalisent en Kirundi, en Français et en Swahili (Niyubahwe,17 avril 2017)
R.Star FM	Kirundi à 55% ; Français à 25% ; Anglais à 10% et Swahili à 10%
RIU	Kirundi à 99 % et Anglais à 1 %
R. Colombe FM	Kirundi, Français, Swahili, Anglais
VOA	Kirundi et Kinyarwanda
RFI	Français et Swahili
BBC	Kirundi, Kinyarwanda et Français, Swahili et Anglais
RCI	Français (pendant 21h) et Swahili (3h) (french.cri.cn, 15 fév.2017)
D. W.	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les données disponibles indiquent que 12 radios sur 32, soit 38% utilisent les 4 langues généralement utilisées par les médias Burundais : le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais. Ces mêmes données précisent que 8 radios sur 32, soit 25% utilisent le Kirundi, le Français et le Swahili, 3 radios sur 32, soit 10% utilisent le Kirundi et le Français et 2 radios sur 32, soit 6% émettent en Français et en Swahili. Pour le reste les langues sont utilisées de la manière suivante : le Kirundi est utilisée à 3%, le Kirundi et Anglais à 3%, le Kirundi, Anglais et Français à 3%, le Français, Swahili et Anglais à 3%, le Kirundi, Kinyarwanda, Swahili et Anglais à 3%, le Kirundi, Kinyarwanda à 3%, le Kirundi, Français, Swahili et Arabe à 3%.

Le graphique suivant illustre la combinaison de ces langues par les radios émettant au Burundi.

Graphique n°16 : Combinaison des langues dans les radios émettant au Burundi

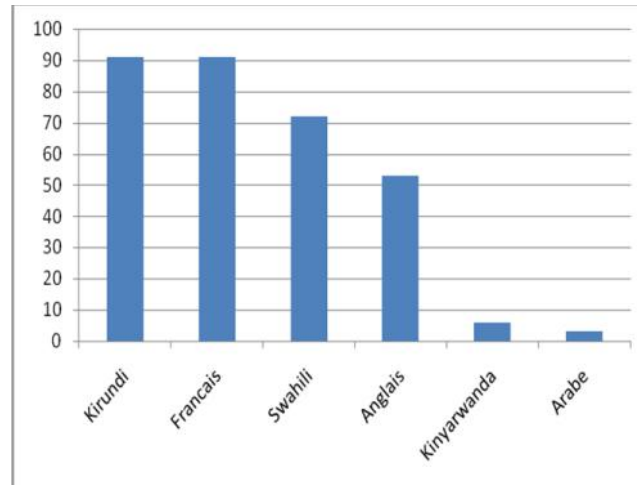


Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

L'analyse des données disponibles indique que les langues les plus utilisées sont le Kirundi, le Français, le Swahili et l'Anglais comme le montre les pourcentage suivants : le Kirundi est utilisé par 29 sur 32 radios, soit à 91%; le Français est utilisé par 29 sur 32 radios, soit à 91%; le Swahili est utilisé par 23 sur 32 radios, soit à 72%; l'Anglais est utilisé par 17 sur 32 radios, soit à 53%; le Kinyarwanda est utilisé par 2 sur 32 radios, soit à 6%et l'Arabe est utilisé par 1 sur 32 radios, soit à 3%.

Par le graphique suivant, nous pouvons apprécier la part de chaque langue dans les radios émettant au Burundi. Sur l'axe des abscisses nous avons les langues et celui des ordonnées le taux d'utilisation de ces dernières.

Graphique n°17 : Place de chaque langue dans les radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.5. Professionnels des radios

6.2.5.1. Profil professionnel du personnel des radios émettant au Burundi

La plupart des entreprises préfèrent employer le personnel suffisant et qualifié chacun dans son service. Autrement dit, elles suivent cette pratique de l'homme qu'il faut à la place qu'il faut pour atteindre à leurs buts d'une manière efficace et efficiente. Serait-il le même cas pour les radios émettant au Burundi ? L'analyse des données de notre enquête nous permettra de répondre à cette question. Cette section porte sur le nombre de personnel employé par chaque radio et leur profil professionnel.

Concernant le nombre de travailleurs de chaque radio, les données disponibles de notre enquête nous ont permis de constater que la RTNB marque une grande différence (160 employés) avec les autres radios parce que la Radio qui vient en second lieu, Bonesha FM n'en a que 59. Il existe même des radios ayant moins de dix employés comme c'est le cas de la radio Menya FM, RIU, etc. Signalons qu'il nous a été impossible d'accéder aux données des 14 radios dont

Radio Twitezimbere, RFI Radio Chine Internationale, etc, faute de contact avec leurs responsables d'une part et d'autre part, certaines radios n'étaient pas fonctionnelles.

Quant à la formation professionnelle, les résultats de notre enquête révèlent que la majorité du personnel des radios émettant au Burundi est composé par les licenciés (majoritaires) et les ingénieurs dans divers domaines, les lauréats de L'école secondaire (Humanités Générales et LP), les Techniciens, A2 et A1 et très peu obtiennent le Master complémentaire suivi à l'Université du Burundi, Chaire UNESCO. Nos résultats correspondent à ceux de Nindorera et ses compagnons. Dans leur étude, ils ont constaté que 93,5% des journalistes sont constitué par les Licenciés à 72%, ceux du niveau Humanités Générales à 19% et les techniciens A1 et A2 à 2,5%. Ceux du niveau Master ne représente que 6,5% du total du personnel des médias Burundais (Nindorera, Capitant et Ndarugirire 2013, p.124).

Ces mêmes résultats nous ont permis de constater que le nombre du personnel ayant un diplôme dans le journalisme ou dans la communication est très réduit. Egalement, sur ce point, il existe une harmonie entre nos résultats et ceux de Nindorera et ses collègues. Leur étude montre que les journalistes propriétaires des diplômes dans le journalisme ou la communication ne représentent que 31% tandis que 66% des journalistes sont propriétaires des diplômes dans d'autres domaines que le journalisme ou la communication entre lesquels 18,5% de journalistes avec les diplômes des Humanités ne donnant pas accès à la spécialisation (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.125). Autrement dit, la plupart du personnel des radios émettant au Burundi est composée par des personnes ayant des formations autres que la formation en journalisme. C'est-à dire que les personnes engagées ne le sont pas parce qu'elles en ont la capacité, mais elles apprennent en travaillant. Notre affirmation est basée sur les réponses reçus sur cette question au cours de notre enquête : tous les enquêtés nous ont affirmé que leurs employés reçoivent d'une manière ou d'une autre les formations en journalisms, non seulement pour ceux qui ont une formation dans d'autres domaines que le journalisme mais aussi aux journalistes de formation pour qu'ils soient à jour dans leurs services surtout que la technologie avance du jour au jour. Donc, la question que nous nous sommes

posé au début de cette section trouve sa réponse ici ; les responsables des radios émettant au Burundi n'embauchent pas sur base de la capacité de chacun à réaliser le service qu'il est appelé à accomplir pour des raisons que nous allons voir. Ces résultats concordent avec l'étude de Nindorera et ses compagnons. Ces auteurs ont constaté que, faute à la formation professionnelle spécifique dans les universités Burundaises, les responsables des médias se retrouvent dans l'obligation de recruter les jeunes diplômés formés dans d'autres disciplines que le journalisme. Ils continuent en disant que cette situation conduit aux responsables des médias à faire recours à des formations occasionnelles appuyées par différents bailleurs. Ces derniers sont soit de la coopération multilatérale soit des ONGs internationales œuvrant dans le secteur médiatique et les Organisations Professionnelles des Médias (OPM) organisant des formations avec l'appui de ces ONGS (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.133).

Concernant les institutions engagées dans la formation dans le secteur médiatique, l'unique Ecole de formation en journalisme qui existait au Burundi depuis 1981 n'a fonctionné que pendant 10 ans car elle a fermé ses portes en 1991. Ce n'est qu'en 2000, avec la création des universités privées ; l'Université Lumière du Burundi (ULBu) et l'Université du Lac Tanganyika (ULT) qu'ont été ouverts les départements de communication. La troisième université offrant la formation en communication est l'Université Espoir d'Afrique (UEA) initiée en 2008. La quatrième et dernière actuellement, est l'Université du Burundi (UB) qui donne une formation de « Master Complémentaire en Journalisme, MCJ » depuis 2009. Le Master Complémentaire en Journalisme offert par l'Université du Burundi est un projet de la coopération Belge. Raison pour laquelle, la majorité de ses enseignants sont de l'Université Libre de Bruxelles (ULB) et l'Université Catholique de Louvain (UCL) à Louvain -la- Neuve (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.127-131). Dans la suite, nous présentons le profil professionnel des employés des radios Burundaises ainsi que le nombre de ces derniers dans le tableau ci-après (J&T : Journalistes et Techniciens), ce tableau sera suivi par un graphique illustrant la différence existante entre ces radios sur base du nombre du personnel employé.

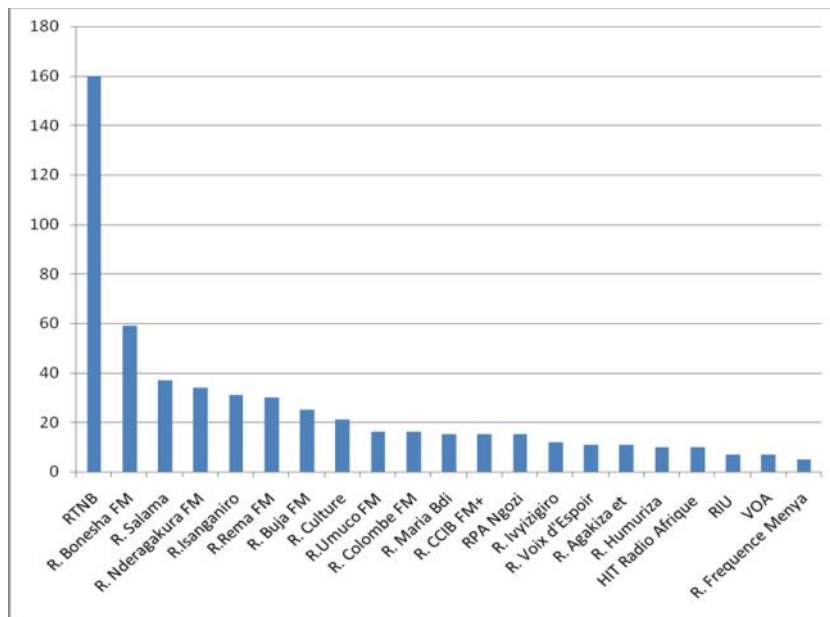
Tableau n°61 : Nombre et profil professionnel du personnel des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	J&T	Profil professionnel
RTNB (1 ^{ère} chaîne)	160 pour les deux chaînes	Licenciés en journalisme et d'autres formés en d'autres domaines tels que les ingénieurs, les lauréats de l'école secondaire comme les A2 (ceux qui ont fait le parcours de niveau secondaire ayant suivi une formation technique spécifique au cycle supérieur)
RTNB (2 ^{ème} chaîne)	Voir (1 ^{ère} chaîne)	Licenciés en journalisme et d'autres formés en d'autres domaines tels que les ingénieurs, les lauréats de l'école secondaire, et les A2
R. Nderagakura FM	34	25 journalistes de niveau licence et 9 journalistes de formation en Master complémentaire.
R. Ivyizigiro	12 : 9 à temps plein et 3 Volontaires	Maîtres, des Licenciés, des Humanistes Générales et des techniciens A2
R. Maria Burundi	15 à temps plein et 70 bénévoles	Licenciés, des lauréats des Humanités Générales et des techniciens
R. Agakiza	11	Licenciés qui ont bénéficié d'une formation en Journalisme
R. Salama	37	Licenciés, des lauréats des Humanités Générales et des techniciens
R. Voix d'Espoir	11	2 Maîtres, 6 Licenciés et 3 de formation Humanités Générales et Technique
R. La Voix d'Afrique	Dnd	Dnd
R. Ijwiry'Amahoro	Dnd	Dnd
R. « Destiny FM »	Dnd	Dnd
R. Ntumbero FM	Dnd	Dnd
R. CCIB FM +	15	Journalistes et techniciens de formation
R. Culture	21	10 journalistes, 3 techniciens, 6 pigistes et 2 bénévoles
R. Bonesha FM	59 : 50 à temps plein et 9 correspondants	La majorité de ces journalistes et techniciens possède une formation universitaire
RPA	Dnd	Dnd
R. Isanganiro	31	Licenciés et des techniciens A1, A2
R. Renaissance	Dnd	Dnd

R. Rema FM	30	Licenciés en Sciences Humaines, les Techniciens et les Ingénieurs
R. Fréquence Menya	5	Licenciés et les techniciens A2 et tous ont fait une formation culturelle
R. Citizen	Dnd	Dnd
R. Buja FM	25	Licence et Humanités Générales
R. Humuriza FM	10	4 Licenciés et les 6 autres sont des Humanistes Générales
R. Twitezimb	Dnd	Dnd
HIT R. A.	10	Dnd
RPA Ngozi	15	De niveau licence et A2
R. Umuco FM	16	4 Licenciés, 7 des Humanités générales, 4 Techniciens A2 et 1 LP
R. Star FM	Dnd	Dnd
RIU	7 et 36 correspondants	Hormis le technicien, les 6 autres sont de niveau LP et Humanités Générales
R. Colombe FM	16	10 sont de niveau Humanités Générales et le 6 autres sont des licenciés
VOA	7	De niveau Licence
RFI	Dnd	Dnd
BBC	Dnd	Dnd
RCI	Dnd	Dnd
D. W.	Dnd	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Graphique n° 18: Classification des radios émettant au Burundi sur base du nombre d'employés



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.5.2. Institutions et ONGs organisant les formations des professionnels des radios émettant au Burundi

Les résultats de notre enquête indiquent que les formations du personnel des radios émettant au Burundi sont organisées en grande partie par les ONGs et Associations selon l'ordre suivant : Maison de la Presse du Burundi ; CFM ; UNESCO ; SFCG ; IPP-IPGL ; UE ; DWA et Transford Radio.

D'après les entretiens tenus avec les différents responsables des radios et certains journalistes, à côté des formations organisées par les ONGs et Associations, la plupart des radios organisent des formations internes sous formes de stages pour une période allant de 3 à 6 mois renouvelables pour les nouveaux. Egalement ces radios organisent des formations sous forme de recyclages pour les anciens afin qu'ils soient à jour car le monde évolue et si on

veut être efficace, on doit avancer avec, et plus précisément en ce qui est de la technologie.

Tableau n°62 : Les organisateurs des formations en faveur du personnel des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Institutions
RTNB (I ^{ère} chaîne)	La RTNB, l'UNESCO, la Maison de la Presse du Burundi, l'UE à travers différents projets comme Organisations de la Société Civile Appuyées et Renforcées (OSCAR), ARCANE, etc, IPP, IPGL, la M.P B., le CFM, etc.
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Idem
R. Nderagakura FM	Des formations de courte durée organisées par la M. P. du Burundi sur base de l'expérience de chacun dans la profession. L'Université du Burundi aussi donne une formation en Master, le CFM.
R. Ivyizigiro	Radio Ivyizigiro, Maison de la Presse, I.P.G.L, le CFM, etc
R. Maria Burundi	Radio Maria Burundi, Maison de la Presse, l'UNESCO, L'UE à travers différents projets et l'I.P.G.L.
R. Agakiza	Eglise Adventiste du 7 ^{ème} jour, Maison de la Presse et Transford Radio, le CFM
R. Salama	la Maison de la Presse, IPGL, le CFM et autres
R.Voix d'Espoir	Université Espoir d'Afrique, la M.P, UNESCO et Search for Common Ground, le CFM.
R. La Voix d'Afrique	Dnd
R. Ijwiry'Amahoro	Dnd
R.« Destiny FM »	Dnd
R. Ntumbero FM	Dnd
R. CCIB FM +	M.P, UNESCO et Search for Common Ground, le CFM .
R. Culture	M.P.B., I.P.G.L, L'UE à travers les projets OSCAR et ARCANE, le CFM etc.
R.Bonesha FM	Maison de la Presse du Burundi et l'IPGL, le CFM
RPA	Dnd
R. Isanganiro	Maison de la Presse; Le Centre de formation des Médias (CFM) financé par Panos Grands Lacs.
R. Renaissance	Dnd
R. Rema FM	Maison de la Presse; Le Centre de formation des Médias (CFM) financé par Panos Grands Lacs.

R. Fréquence Menya	MENYA MEDIA, Pays de la Loire et RSF, le CFM
R. Citizen « Citizen Radio »	Dnd
R. Buja FM	Maison de la Presse et le CFM appuyé par l'IPGL.
R. Humuriza FM	M.P. et l'UNESCO
Radio Twitezimbere	Dnd
HIT R. A.	Dnd
RPA Ngozi	RPA Ngozi : Stage de 3 à 6 mois, la M.P.B. et de Search for Common Ground, le CFM.
R. Umuco FM	UMUCO FM (Stage de 3 à 6 mois), la M.P.B., le CFM et Search for Common Ground
R.Star FM	Dnd
RIU	DWA, UNESCO, M.P.B., le CFM.
R. Colombe FM	UNESCO, M.P.B. et le CFM.
VOA	VOA et la M.P.B. et le M.P.B., le CFM.
RFI	Dnd
BBC	Dnd
RCI	Dnd
D. W.	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.5.3. Origines des professionnels des radios émettant au Burundi

Certaines entreprises emploient la majorité du personnel ressortissant de la zone d'implantation de l'entreprise. Qu'en est-il des radios émettant au Burundi ? L'analyse des résultats de cette enquête permettra de répondre à cette question.

Nous n'avons pas pu collecter toutes les données sur toutes les radios constituant cette étude parce que certaines n'étaient pas en fonction ou par l'impossibilité de rejoindre les responsables, mais les données disponibles témoignent que la majorité du personnel travaillant dans les radios émettant au Burundi provient de l'intérieur du pays. Rappelons-nous que la majorité des radios émettant au Burundi se sont implantées à Bujumbura. Ainsi, la plupart des journalistes devrait être des ressortissants de Bujumbura. Mais la situation réelle

est tout à fait contraire. Ceci parce que, comme nous l’avons ci-haut évoqué, la capitale est peuplée en grande partie par des personnes provenant de l’intérieur du pays qui s’y rendent à la recherche de l’emploi. Ceci implique que la capitale Burundaise reste jusqu’aujourd’hui le centre englobant la plupart des services dans presque tous les domaines. Jusqu’à l’heure actuelle, l’exode rural est plus fort au Burundi. Les Radios Humuriza et Ijwi ry’Umukenyenzi font exceptions parce que tous leurs employés sont originaires de Gitega, zone d’implantation de ces dernières. Pour la RPA Ngozi et Umuco FM, plus de la moitié des employés sont des ressortissants de la Province Ngozi, où sont implantées ces dites radios. Ces résultats nous permettent de répondre négativement à la question que nous nous sommes posées au début de la section.

Le tableau suivant nous présente les techniciens et journalistes selon leurs origines.

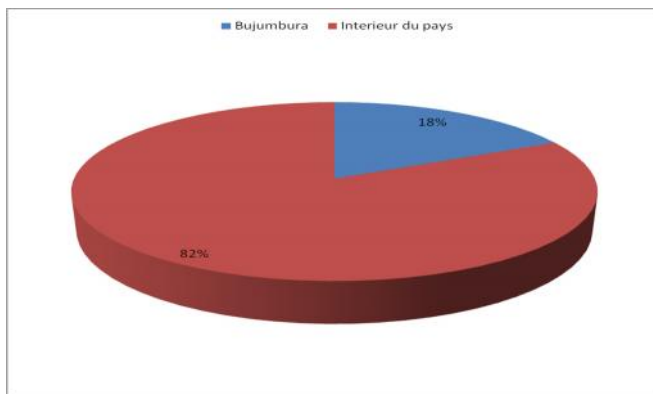
Tableau n°63 : Origines du personnel des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Origines	
	Bujumbura	Intérieur du pays
RTNB (I ^{ère} chaîne)	28	132
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Cfr (I ^{ère} chaîne)	Cfr (I ^{ère} chaîne)
R. Nderagakura FM	4	30
R. Ivyizigiro	0	12
R. Maria Burundi	0	15
R. Agakiza	1	11
R. Salama	32	5
R. Voix d’Espoir	2	9
R. La Voix d’Afrique	Dnd	Dnd
R. Ijwi ry’Amahoro	Dnd	Dnd
R.« Destiny FM »	Dnd	Dnd
R. Ntumbero FM	Dnd	Dnd
R. CCIB FM +	0	15
R. Culture	3	18
R. Bonesha FM	0	59

RPA	Dnd	Dnd
R. Isanganiro	0	31
R. Renaissance	Dnd	Dnd
R. Rema FM	0	30
R. Fréquence Menya	2	3
R. Citizen « Citizen Radio »	Dnd	Dnd
R. Buja FM	5	20
R. Humuriza FM	0	10
Radio Twitezimbere	Dnd	Dnd
HIT R. A.	Dnd	Dnd
RPA Ngozi	0	15
R. Umuco FM	0	16
R. Star FM	Dnd	Dnd
RIU	0	7
R. Colombe FM	16	0
VOA	Dnd	Dnd
RFI	Dnd	Dnd
BBC	Dnd	Dnd
RCI	Dnd	Dnd
D. W.	Dnd	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

Les résultats de notre étude révèlent que 82% de techniciens et journalistes qui travaillent dans les radios étudiées proviennent de l'intérieur du pays. Notre analyse concerne uniquement les radios dont les données sont disponibles y compris les radios communautaires et celles internationales. Soulignons que ces résultats sont presque les mêmes dans les autres services peu importe le domaine d'activité pour des raisons déjà évoqué.

Graphique n°19 : Origines des employés des radios émettant au Burundi

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.5.4. Taux de participation des femmes dans la direction des radios (2015)

Le taux de représentativité des femmes dans des postes politiques ou d'autres postes en rapport avec la vie du pays reste bas même si le taux de participation de la femme dans différentes institutions du pays s'est amélioré depuis 2005. Les résultats de cette enquête démontrent qu'il reste encore un pas à franchir. Cette situation amère que vit le pays n'a pas épargné le monde médiatique. « Malgré une avancée significative visible dans les médias depuis l'avènement du pluralisme médiatique, les femmes présentées dans les médias sont souvent anonymes, moins expertes, davantage victimes que les hommes. » (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, 2012, p.27).

Cette opinion est renforcée par l'étude effectuée par l'OMAC, étude dans laquelle cette organisation montre que sur le plan contenu des informations diffusées ou télévisées, seul 2,3% présentent les femmes comme centre d'intérêt. Concernant les intervenants dans différents éléments d'informations, cette étude montre que 85% de ces derniers sont des hommes, les femmes ne représentant que 15%. Cette étude a permis à l'OMAC de conclure que les questions en rapport avec la position sociale de la femme n'ont pas d'importance dans les nouvelles et que les reportages s'intéressant aux questions d'égalité ou inégalité des genres au

niveau national occupent une place non considérable car ils n'atteignent que 0,9% (MOMO, 2006, p.8).

Non seulement les femmes sont presque ignorées dans les nouvelles, mais aussi le taux de femmes journalistes reste toujours bas et rares sont les femmes qui occupent des postes de responsabilité au sein des médias Burundais. La majorité des postes clés de direction dans les entreprises de presse ou de régulation des médias sont occupés par les hommes (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, 2012, p.27).

Les données du tableau suivant font preuve de l'exclusion des femmes dans la direction des entreprises de presse, de régulation ou d'autorégulation et plus précisément dans la direction des radios. La colonne représentant le sexe est divisée en deux colonnes représentant respectivement le sexe féminin (F) et le sexe masculin (M). La lettre « x » est mis dans la case se trouvant devant la responsabilité de chaque personne et en dessous de la lettre « F » ou « M », selon que ladite responsabilité est exercée par une femme ou un homme. Les résultats de notre enquête indiquent que la direction des radios, toute catégorie confondue au Burundi, est assurée en grande partie par le sexe masculin. Le tableau ci-après nous présente les responsables des radios émettant au Burundi et leur sexe.

Tableau n° 64: Participation des femmes dans la direction des radios émettant au Burundi

Dénominations	Responsables à contacter	Responsabilités	Sexe	
			F	M
RTNB (1 ^{ère} chaîne et 11 ^{ème} chaîne)	Juma Leonard Nduwayo	Directeur General		x
RTNB (1 ^{ère} chaîne)	Angèle Singirankabo	Chef de Service	x	
RTNB (11 ^{ème} chaîne)	Mathias Ndayiragije	Chef de Service		x
Radio CCIB FM+	Jean Jacques Ntamagara	Directeur		x
Radio Culture	Lawrence Munezero	Directeur		x
R.Nderagakura FM	Gorgon Sabushimike	Directeur		x
Radio Ivyivyigiro	Onésime Habarubuntu	Directeur		x
Radio Bonesha FM	Patrick Nduwimana	Directeur		x
RPA	Bob Rugurika	Directeur		x
R. Isanganiro	Patrick Mitabaro	Directeur a.i.		x
R.Renaissance	Innocent Muhozi	Directeur Général		x
R.Maria B.	Abbé Désiré Bireha	Directeur		x
R.Agakiza	Pasteur Jethron Nsabiaremye	Directeur		x
R. Salama	Josiane Inamahoro	Directeur	x	
R.Remba FM	Claude Nkurunziza	Directeur Général		x
R.Voix d'Espoir	Révérénd Emmanuel Sibomana	Département de communication		x
R.Fréquence Menya	Yvette Ihorimbere	Représentante Légale	x	
R. Citizen	Bedan Mbugua	-		x
R. la voix d'Afrique	Sheikh Kajandi Sadiki	Représentant Légal		x
R.Humuriza FM	Saxe Perry Gateka	Représentant Légal de l'Association ADIH		x
Radio 10 (Actuelle Buja FM)	Alain Michel Buhinja	Directeur Général		x
R.Ubutumwa bw'Amahoro	Pasteur Apollinaire Ndayishimiye	Coordinateur		x

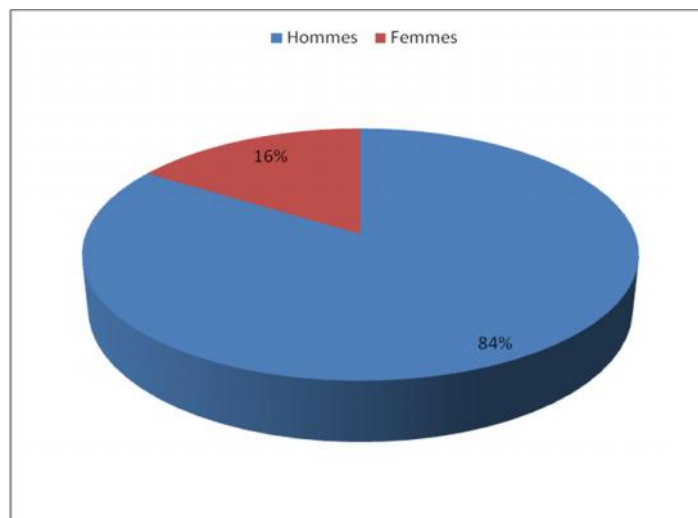
RPA Ngozi	Leonce Niyongabo	Directeur		x
R.Umuco FM	Jonas Mashurushuru	Directeur		x
R. Star FM	Leonce Ntakirutimana	Directeur		x
RIU	Jean Mitterrand Ndayegamiye	Chargé de programme		x
R.Colombe FM	Assumani Mnana	Directeur		x
VOA	Jacqueline Segahungu	-	x	
RFI	Esdras Ndikumana	Journaliste de la RFI et de l'AFP		x
BBC	Judith Basutama	Correspondant de la BBC Afrique à Bujumbura	x	
	Prime	Correspondant de la BBC Afrique à Bujumbura		x
R.Twitezimbere	Muhajj Ntakirutimana	Président		x
DW	Dnd	Dnd	-	-
R.Ntumbero FM	Aimable Nduwayezu	Directeur		x
HIT R A	Eli Kodjoakou	Responsable		x
RCI	Wang Gengnian	President		x
R. Destiny FM	Alice Mucowintore	Directrice	x	
	Pasteur Olivier Derrain	Représentant Légal du Ministère El- Shaddai		x

Source : Auteur à partir des données du CNC du 31 mars 2015 et de l'enquête réalisée du mars à juin 2015

Les résultats de cette étude témoignent que le nombre total des « x » est de 37 dont 31x pour le sexe masculin et 6 x pour le sexe féminin. Ces données indiquent que la direction des radios au Burundi, est assurée par le sexe masculin à 84% tandis que les femmes n'en représentent que 16%. Nos résultats correspondent à ceux de Nindorera et ses compagnons. Dans leur étude, ils ont remarqué que seul 14% des femmes enquêtés occupaient des postes de responsabilité contre 27% pour les hommes. Cette constatation leur a poussé à affirmer que les femmes éprouvent des difficultés pour atteindre aux postes de

directions (Nindorera, Capitant et Ndarugirire , 2013, p.69). Le graphique suivant montre nettement la place de la femme dans la direction des radios au Burundi.

Graphique n°20 : Taux de participation de la femme dans la direction des radios au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC du 31 mars 2015 et de l'enquête réalisée du mars à juin 2015

Ce taux démontre clairement combien la femme est exclue dans la gestion du monde médiatique au Burundi ; il révèle combien la valeur de la femme n'est pas considérée même dans ce secteur. Ce taux est de loin inférieur à celui que la Constitution de 2005 accorde aux femmes. D'après cette Constitution qui s'est inspirée de l'Accord d'Arusha ci-haut citée, les femmes doivent être représentées dans les institutions à hauteur d'au moins 30% (Loi n°1/010 du 18 mars 2005, Titre V, point 3, article 129).

C'est un constat triste dans les Pays en Voie de Développement (PVD) en général et au Burundi en particulier où cette exclusion du sexe féminin s'observe dans presque tous les domaines de la vie du pays, alors que la femme constitue le pilier du développement parce qu'elle est, comme l'affirme la population

Burundaise, « Umutima w'Urugo » ; ce qui veut dire en Français « Le cœur de la famille » parce que c'est elle qui, généralement, s'occupe de l'éducation des enfants, des activités champêtres ou autres activités génératrices de revenus, les activités ménagères, etc. Il existe même un proverbe Kirundi qui renchérit cette idée en disant que « Uwuja guhusha itunga, ahusha umugore » ; ce qui veut dire que « Celui qui va rater la richesse, rate une femme ». Cela veut dire que si un époux a fait un mauvais choix de son conjoint, il lui sera difficile, voire même impossible d'accéder à la richesse de la famille. Et si les familles sont pauvres, leur contribution pour le développement du pays sera non significative ou tout simplement n'existera pas et par la suite, le pays aura de la peine à se développer.

Ce qui est déplorable c'est que la femme Burundaise participe elle-même dans son exclusion, se penchant beaucoup plus à notre tradition car elle ne s'intéresse même pas à l'actualité tant nationale qu'internationale (Statuts de l'Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.JO.).

Les médias ont avancé remarquablement depuis l'avènement du pluralisme médiatique. Pourtant, les femmes présentées dans les médias sont « souvent anonymes, moins expertes et sont davantage victimes que les hommes » (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, 2012, p.27). En plus, dans les médias Burundais, la femme est généralement représentée sur base de ses fonctions sociales et professionnelles (traditionnelles) de mère de famille, secrétaire, cuisinière, institutrice à l'école primaire, cultivatrice, etc (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, 2012, p.28). Le taux de femmes journalistes évolue positivement, 44% de femmes contre 56% d'hommes animateurs mais le nombre de femmes qui occupent des postes de responsabilité au sein des médias Burundais reste insignifiant (Nindorera et al, 2013, p.69). La majorité des postes clés de direction dans les entreprises de presse ou de régulation des médias sont occupés par les hommes (République du Burundi, Politique Nationale de Communication, 2012, p.27). Ce qui concorde avec les résultats de notre travail. Cette situation est l'une des raisons étant à l'origine de la fondation de l'Association des Femmes Journalistes du Burundi (AFJO) déjà vu dans le développement de ce travail. Le tableau ci-

dessous présente le résumé de la représentativité des femmes dans des postes politiques de 1993 à 2014.

Tableau n°65 : Proportion des femmes au Parlement et au Gouvernement

Année	1993	2001	2005	2008	2010	2012	2014
Assemblée Nationale	10,3%	-	30,5%	32%	36,1%	-	27%
Sénat	-	18%	-	-	46,3%	-	46,3%
Ministres	-	-	35%	30,7%	-	35%	38,9%

Source : Rapport national d'évaluation de mise en application du programme d'action de Beijing (Beijing+20), Bujumbura, juin 2014, p.9. Disponible sur : http://www.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/59/national_reviews/burundi_review_beijing20.ashx [visité le 07 octobre 2016]

6.2.6. Audience des radios émettant au Burundi

Les études portant sur l'audience sont rares au Burundi comme en Afrique en général, et le peu d'études existant n'aborde pas tous les aspects comme l'affirme Palmans : « L'étude de l'audience est la partie la plus difficile de l'étude de la radio en Afrique noire ; c'est pourtant la plus utile, mais c'est la plus incomplets et éphémères » (Palmans, 2004, p103).

L'étude de l'audience peut porter sur plusieurs thèmes dont le genre, l'âge, le degré d'écoute, les besoins et les attentes des auditeurs en matière de programmation, les habitudes de consommation des auditeurs, le public cible de chaque média en général, ce qui est l'objectif de cette section, etc. Concernant le degré d'écoute, nous allons analyser les études faites par certaines organisations et certains médias pour des raisons que nous allons avancer dans la suite de ce travail afin de déterminer la radio la plus écoutée au cours de ces périodes d'études.

6.2.6.1. Publics des radios émettant au Burundi

L'objectif de cette section n'est pas de déterminer l'audience de chaque radio en pourcentage d'une manière régulière puis qu'il n'existe pas au Burundi une institution s'occupant de l'analyse de l'audience des médias pouvant nous servir de référence comme c'est le cas de l'Institut de Statistiques et études économiques du Burundi (ITEEBU) (Entretien tenu le 14 février 2017 avec NDIKUMANA Cyprien, Président de l'IPGL). Dans le même cadre, Nindorera et ses compagnons ont affirmé que la plupart des responsables des médias Burundais se plaignent du manque d'outils fiables pour savoir s'ils sont écoutés ou non ou pour être au courant de l'opinion du public, afin de pouvoir évaluer leur audience (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013, p.56). Ainsi, les responsables des médias recourent aux méthodes artisanales qui ne leurs permettent qu'à aboutir aux résultats approximatifs. Partant, pour estimer leurs audiences, la majorité des responsables des médias prennent comme référence les appels téléphoniques et des sms qu'ils reçoivent au cours des émissions interactives, certains comme la RIU disposent des clubs d'écoute alors que les autres se basent sur les feedbacks des auditeurs pour déterminer leur niveau d'écoute. Et, pour connaître l'opinion du public,

après une période déterminée, généralement six mois ou une année ou à l'occasion d'un événement particulier comme l'anniversaire du média, les médias donnent l'occasion au public d'exprimer sur les ondes, pendant toute la journée, leurs opinions, attentes, doléances par rapport à leur programmes (Nindorera, Capitant et Ndarugirire, 2013 :56).

Néanmoins, certaines organisations et médias comme Search For Common Ground (SFCG), La Benevolencija, La Radio La Voix de l'Amérique(VOA), International Media and Marketing Research (IMMAR), l'Institut Panos Paris (IPP) mènent d'une manière irrégulière des enquêtes sur l'audience de certains médias pour avoir au moins l'idée sur l'audience de ces derniers comme nous allons le voir dans la suite du développement de ce travail. Mais avant d'analyser les études de ces institutions et médias, passons à interpréter les données nous présentant les publics cibles des radios émettant au Burundi.

D'après ces données, la majorité des radios s'adressent à tout public même si certaines d'entre elles mettent un accent particulier à certains groupes bien précis comme c'est le cas de la plupart des radios confessionnelles, entre autres, la Radio Ivyizigiro, La Radio Maria Burundi, la Radio Salama, la Radio La Voix d'Espoir, la Radio Ijwi ry'Amahoro et certaines radios commerciales et/ou associatives comme la RPA, la Radio Culture, la radio Isanganiro, la Radio Bonesha, etc.

Ces mêmes données indiquent qu'un petit groupe de radios se dirigent aux catégories des gens les plus vulnérables ou aux groupes clés de la société tels que les enfants, les jeunes et les femmes. Un autre groupe de radios se dirige chacune à son audience, audience qui, à son tour est composée de plusieurs catégories de personnes. De telles radios sont les Radios Nderagakura FM et Buja FM qui s'adressent respectivement aux élèves, au personnel du secteur éducatif et aux parents et aux Leaders d'opinion et aux décideurs.

L'analyse en profondeur de ces données révèle que la plupart des radios se dirigent à tout public tout en se concentrant sur certaines catégories de personnes, et plus précisément, les personnes les plus vulnérables ou en difficultés comme les enfants, les femmes, les malades, les personnes âgées, les prisonniers, les « Sans voix », la population rurale ou encore les personnes clés de la société comme les jeunes, considérés toujours comme le Burundi de demain communément « Burundi bw'ejo », les artistes, les Chrétiens et les musulmans ainsi que les Leaders. Un autre groupe non négligeable se dirige à tout public sans distinction aucune, et le dernier groupe se dirige à ses publics particuliers ; bien précis. Dans la suite nous vous présentons un tableau résumant la constitution des différentes audiences des diverses radios émettant au Burundi.

Tableau n°66 : Publics cibles des radios émettant au Burundi

Dénomination de la radio	Audience
RTNB (I ^{ère} chaîne)	Tout public (Ceci n'implique pas qu'il existe des émissions destinées à des publics particuliers)
RTNB (II ^{ème} chaîne)	Tout public
R. Nderagakura FM	Elèves, personnel du secteur de l'éducation et parents
R. Ivyizigiro	Tout public en général et plus particulièrement aux leaders, aux femmes et aux enfants
R. Maria Burundi	Tout public en général et plus particulièrement les malades, les personnes solitaires, les personnes âgées, les prisonniers et les jeunes en difficultés (radiomaria.bi, 04 avril 2017)
R. Agakiza	Tout public
R. Salama	Tout public en général et les musulmans en particulier
R. Voix d'Espoir	Tout public en général et aux jeunes de 13 à 35, spécialement
R. La Voix d'Afrique	Tout public en général et à la communauté musulmane en particulier
R. Ijwi ry'Amahoro	Tout public en général et aux chrétiens Catholiques en particulier
R.« Destiny FM »	Tout public
R. Ntumbero FM	Tout public
R. CCIB FM +	Jeunes artisans, commerçants, Industriels et autres.
R. Culture	Tout public en général et en particulier, les enfants, les femmes et les artistes
R. Bonesha FM	Tout public en général et les jeunes en particulier car ils constituent le "Burundi de demain" (Burundi bw'ejo)
RPA	Tout public et plus particulièrement aux sans voix et aux leaders
R. Isanganiro	Tout public burundais; les populations des pays limitrophes (RDC et Rwanda), la diaspora et la population Internationale
R. Renaissance	Tout public
R. Rema FM	Tout public Burundais
R. Fréquence Menya	Tout public en général et les amateurs de la musique se trouvant dans la tranche d'âge de 15 à 35 ans en particulier.
R. Citizen « Citizen Radio »	Dnd
R. Buja FM	Leaders d'opinions et décideurs
R. Humuriza FM	Jeunes jusqu'à 35 ans à 70%, les femmes à 20% et les autres à 10%
Radio Twitezimbere	Tout public en général et la population rurale en particulier
HIT R. A.	Tout public et plus précisément aux artistes musiciens Burundais
RPA Ngozi	Tout public en général et la population rurale en particulier
R. Umuco FM	Tout public en général et la population rurale en particulier
R. Star FM	Tout public en général et la population rurale en particulier
RIU	Tout public en général et au sexe féminin en particulier
R. Colombe FM	Les jeunes
VOA	Tout public

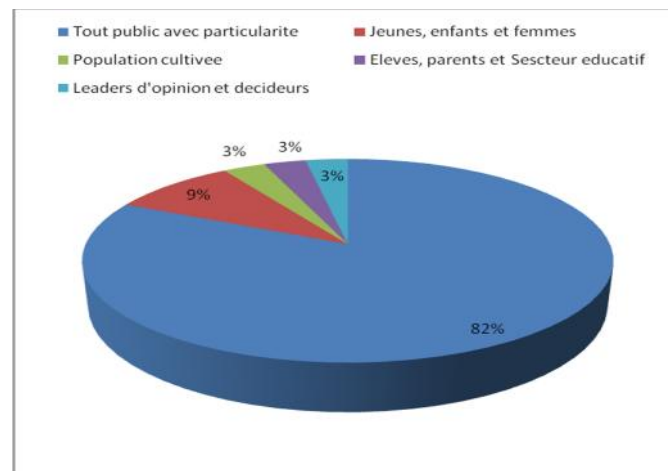
RFI	Population cultivée
BBC	Tout public
RCI	Population cultivée et une partie de la population des quartiers où on parle le Swahili.
D. W.	Dnd

Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

D'après les données disponibles, 28 radios sur 33, soit 82% s'adressent à tout public même si certaines d'entre elles mettent un accent particulier à certains groupes bien précis. Ces mêmes données indiquent que 3 radios sur 33, soit 9% se dirigent aux enfants, aux jeunes et aux femmes. Les trois autres radios représentant 9% du total de l'échantillon de notre étude se dirigent chacune à son audience bien déterminée, mais diversifiée comme nous l'avons indiqué.

En effet, les radios DW et Citizen ne font pas partie de notre étude faute de donner. Le graphique suivant illustre la proportion des publics des radios émettant au Burundi.

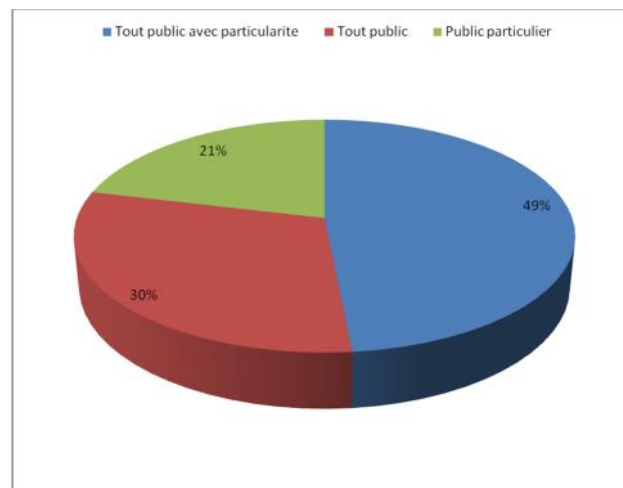
Graphique n° 21: Audience des radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

En faisant une analyse approfondie des données disponibles, nous constatons que les radios émettant au Burundi se dirigent à tout public en mettant une certaine importance à certains groupes de personnes occupent la première place. Ces données se présentent comme suit : 16 radios sur 33, soit 49% se dirigent à tout public en mettant en accent particulier à certaines catégories de personnes comme nous venons de le voir, 10 radios sur 33 soit 30% se dirigent à tout public et 7 radios sur 33 soit 21% s'adressent à leurs publics bien précis. Le graphique ci-après illustre les catégories constituantes des publics des radios émettant au Burundi.

Graphique n°22 : Publics cibles des radios par catégories



Source : Auteur à partir des données du CNC, de l'ARCT et de l'enquête réalisée pendant la période de mars à juin 2016

6.2.6.2. Les radios les plus préférées par le peuple Burundais

Comme nous l'avons ci-haut signalé et suite aux raisons déjà avancées, les responsables des médias Burundais n'ont pas de résultats précis et réguliers sur leurs audiences parce que les seules études existantes sont irrégulières et sont faites par les organisations et médias qui se donnent l'initiative de faire ces études

pour leurs propres intérêts sans tenir compte des besoins des médias en réalisant ces études. Par exemple La Benevolencija réalise ces études pour savoir l'impact de ses programmes de réconciliation diffusés sur les ondes des radios au Burundi, SFCG aussi opère des enquêtes pour avoir l'idée sur les transformations générées par la réception des émissions du Studio Ijambo dans le cadre de l'évaluation interne de ses programmes, les autres peuvent avoir d'autres impulsions que nous ignorons.

Les études qui existent sur le thème d'audience jusqu'à l'heure où nous sommes sont les suivantes :

- celle réalisée par l'ONG SFCG sur les radios les plus écoutées en 2002 et portant sur 10 radios ;
- celle accomplie par VOA en 2003 sur 10 radios ;
- celle exécutée par l'IMMAR avec l'appui de l'IPP en 2008 et qui concernaient 15 radios ;
- celle effectuée par SFCG et Benevolencija en 2010 sur 18 radios et
- celle faite par l'IPP sur les Pays des Grands Lacs via son projet Ondes des Grands Lacs (OGL) en 2013 sur 5 radios.

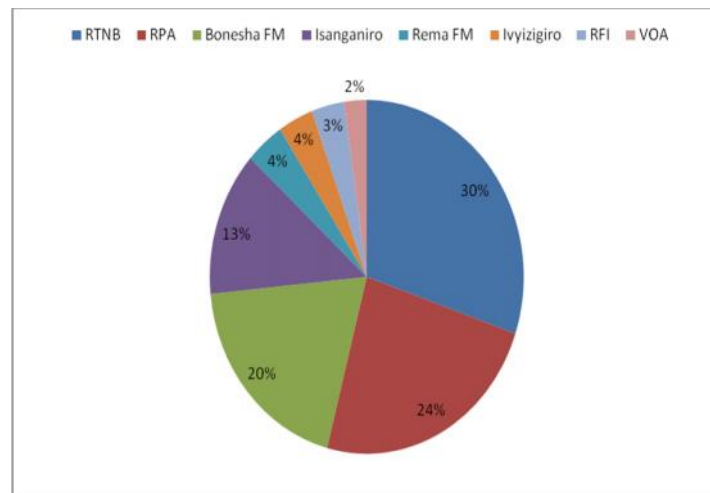
Dans ce travail, nous avons retenu les cinq premières radios pour pouvoir faire la comparaison entre ces études et mettre en évidence les radios les plus écoutées pendant toutes ces études.

Tableau n°67 : Les radios préférées par la population Burundaise (2002, 2003, 2008,2010 et 2013

N°	Années				
	2002	2003	2008	2010	2013
1	BFM (68,6)	RTNBI(61,1)	RTNB(60)	RTNBI(88)	RPA (58)
2	RPA (30,9)	BFM(6,1)	RPA(48)	ISA (66)	RTNB(13)
3	RFI (26,7)	RPA(6)	ISA (44)	RPA (55)	BFM (7)
4	RTNB (26,5)	RTNBII (2)	BFM (32)	BFM(47)	ISA (7)
5	VOA (19,3)	RFI (1,2)	RI (23)	Rema FM(33)	RI(7)

Source : Auteur à partir des données des tableaux n°1, n°2, n°3, n°4 et n° 5 de l'annexe 29

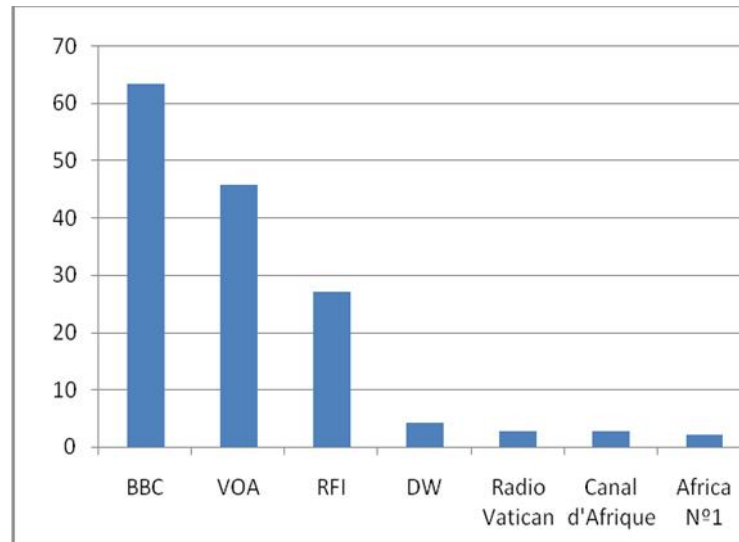
Graphique n° 23: Classement des radios selon la préférence de la population Burundaise (2002, 2003, 2008,2010 et 2013)



Source : Auteur à partir des données des tableaux n°1, n°2, n°3, n°4 et n° 5 de l'Annexe 29

6.2.6.3. Les radios étrangères les plus préférées par le peuple Burundais en 2003

L'analyse que nous venons de faire portait sur la préférence de la population entre toutes les radios émettant au Burundi. L'étude faite par la VOA en 2003 a été une occasion d'analyser le taux d'écoute des radios étrangères par les Burundais. Ainsi, cette étude a révélé que les 3 radios étrangères les plus écoutées en 2003 étaient la BBC (en Kirundi), la VOA (en Kirundi) et la RFI, écoutées respectivement à 63,4% ; 45,9% et 27,2%. Le taux d'écoute des autres radios était non significatif. Remarquons que certaines de ces radios ne diffuse plus ou le font d'une manière irrégulière comme c'est le cas de DW ou encore diffuse leur programme à travers l'une des radios nationales, c'est le cas de la Radio Vatican qui diffuse le journal parlé en Français à travers Radio Maria Burundi. Le graphique suivant illustre ces résultats

Graphique n°24 : Le taux d'écoute des radios étrangères en 2003

Source : Auteur à partir de Ntiyanogeye, 2008, p.38

6.2.7. Présence sur Internet, forme de présence et réseaux sociaux utilisés par les radios émettant au Burundi

L'analyse que nous nous proposons de faire dans cette section nous permettra de savoir si toutes les radios émettant au Burundi sont présentes sur l'Internet et si elles disposent ou non d'un site ou d'une page web. Et puis, nous allons analyser chaque site/ page web pour chaque radio pour être au courant des options offertes par ces différentes radios à leurs auditeurs-internautes et les réseaux sociaux utilisés par ces dernières.

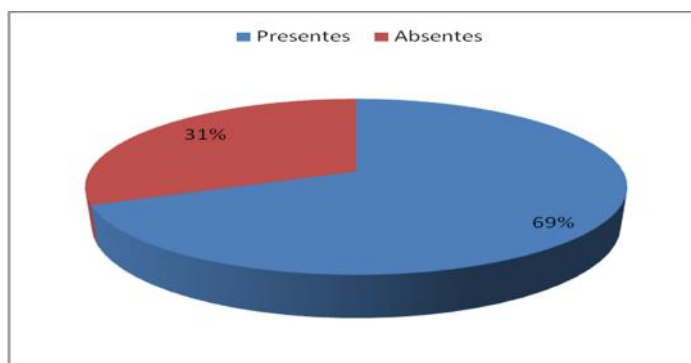
6.2.7.1. Présence et forme de présence sur Internet

Concernant la présence sur Internet, nous avons constaté que la majorité (69%) des radios émettant au Burundi est présente sur Internet tandis que 31% d'entre elles y sont totalement absentes. Si nous nous

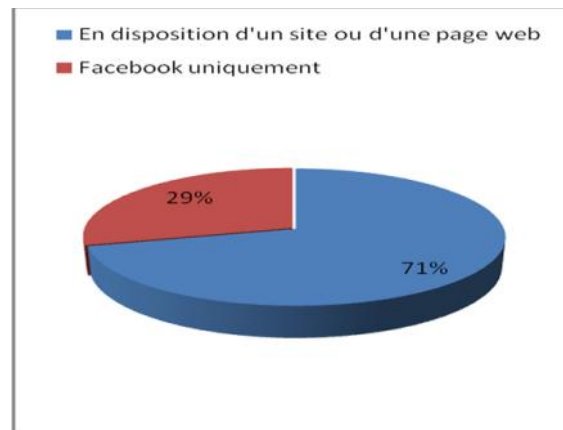
référons à l'avancée de la Technologie de l'Information et de la Communication (TIC), nous pouvons dire que le taux des radios n'apparaissant sur l'Internet indique qu'il reste encore un pas à franchir pour le Burundi en ce qui est du développement des médias et de la communication et plus précisément, le développement de la radio ; le média le plus consommé dans le pays comme nous l'avons déjà souligné.

Quant à la forme de présence sur Internet, notre étude nous a permis de découvrir que 17 radios sur 24 soit 67% disposent soit d'un site web soit d'une page web. Les autres représentant 33% des radios présentes sur Internet n'utilisent que le Facebook uniquement. Signalons que presque toutes les radios en disposition d'un site ou d'une page web, possèdent également une page facebook. Les graphiques suivants illustrent ces résultats: le premier graphique représente la présence des radios émettant au Burundi sur Internet et le deuxième, la forme de présence.

Graphique n°25 : Présence sur Internet



Source : Auteur à partir des recherches du 15 et 16 mai 2017, sur Internet.

Graphique n°26 : Forme de présence sur Internet

Source : Auteur à partir des sites et pages web consulté en dates du 15 et 16 mai 2017

6.2.7.2. Analyse de chaque site/page web de chaque radio

Cette analyse porte sur les 17 radios disposant un site et/ ou une page web en fonction, sans tenir compte de leurs classes d'appartenance.

A propos des contacts de ces radios avec leurs auditeurs- internautes, l'analyse de ces sites et pages web révèle que sur ces 17 radios, 11 radios entres autres la RTNB, la Radio Maria Burundi (4), la Radio Isanganiro (2), la VOA et la Radio Humuriza FM(2) mettent à la disposition de leurs publics leurs courriers électroniques, option que ne donnent pas les 8 autres radios dont la RPA et la Radio Bonesha FM. Parmi celles qui permettent à leurs publics de leurs envoyer des courriers électroniques, il y en a celles qui arrivent à en donner deux, voire même plus comme la Radio Maria Burundi qui en donne 4.

L'analyse de la présence des radios émettant au Burundi sur l'Internet nous a permis de découvrir que 29% de ces radios utilisent uniquement le facebook. Ce taux nous a poussé à analyser le taux d'utilisation des réseaux sociaux par les radios émettant au Burundi et nous avons remarqué que les

réseaux sociaux les plus utilisés sont : Facebook et Twitter qui sont utilisés respectivement à 91 et 54 %.

Concernant l'écoute, l'analyse des données disponibles indique que la majorité des radios dont la RTNB, Isanganiro et Nderagakura offrent les deux options d'écoute en direct et de suivre les émissions antérieures (Podcast), les autres radios dont la Radio Humuriza FM et Radio Maria Burundi ne donnent que celle d'écoute en Direct alors que les autres dont Buja FM permettent à leurs auditeurs-internautes de suivre les programmes antérieurs uniquement.

Remarquons que pour les radios internationales, même si elles donnent l'option d'écoute en direct, les programmes ne restent pas centrer sur le Burundi durant tout le programme. Un autre constat sur les radios internationales est que seule la radio « La Voix de l'Amérique » démontre qu'elle se dirige réellement à la majorité de la population Burundaise y compris ceux qui ne comprennent ni le Français, ni le Swahili ni l'Anglais. Ceci est visible à la simple lecture du nom de son site web, des titres d'informations et toutes les informations publiées sur ce dernier. Toutes les informations publiées sur son site sont en Kirundi et en Kinyarwanda ; deux langues très proches et ainsi compréhensibles pour les populations Burundaise et Rwandaise. Ce qui implique que sur son site, la VOA, s'adresse également à la population Rwandaise. L'unique handicap que rencontre la VOA est qu'au Burundi, les personnes ayant accès à l'Internet sont limitées comme nous l'avons déjà vu.

Les tableaux ci-après nous présentent les sites et pages web que nous venons d'analyser et les pages facebook des radios n'ayant que le facebook comme stratégie d'être en contact avec leurs publics-internautes. Signalons que la Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB) comme son nom l'indique regroupe les deux chaînes de la radio nationale et la télévision nationale. Pour cette raison, ces trois médias partagent le même site web. Après ces tableaux viennent les graphiques illustrant les options d'écoute offertes par les radios sur leurs sites ou pages web et le taux d'utilisation des réseaux sociaux par ces radios.

Tableau n° 68: Sites et Pages web des radios émettant au Burundi

Radio s	Sites/Pages web	Courriers électroniques	Réseaux sociaux	Radio Direct		Podcast	
				Oui	Non	Oui	Non
RTNB	www.rtnb.bi ; http://rtnb.bi/fr/index.php	rtnb@rtnb.bi	Twitter	x		x	
RNde	www.radionderagakura.com ; https://radionderagakura.com/	info@radionderagakura.com	Facebook ; Twitter ; Google plus ; LinkedIn et Instagram	x		x	
RMB	www.radiomaria.bi	dministrator.bdi@radiomaria.org ; coordinator.bdi@radiomaria.org ; info.bdi@radiomaria.org ; director.bdi@radiomaria.org	Facebook ; Twitter ; Google plus ; Email et WhatsApp	x			X
RIV	www.radioivyizigiro.org	Dnd	Dnd	Dnd	Dnd	Dnd	Dnd
RBO.	https://www.bonेशa.bi/	Dnd	Youtube ; Twitter et Facebook	x		x	
RPA	www.rpa.bi ; http://www.rpa.bi	Dnd	Twitter et Facebook		x	x	
RISA	www.isanganiro.org	isanganiro@isanganiro.org ; radioisanganiro@yahoo.fr	Facebook, Twitter et Youtube	x		x	
RBFM	http://bujafm.com/	info@bujafm.com	Facebook ; Twitter ; Instagram ; Soundcloud et Youtube		x	x	

RHF M	https://fr.radioking.com/radio/humuriza-fm	radiohumuriza@hotmail.com gasape@humuriza.com	Facebook ; Twitter ; Google plus et Instagram	x			X
RUM	www.umucofm.org	Dnd	Dnd	Dnd	Dnd	Dnd	Dnd
VOA	www.radiyoyacuvoa.com	radiyoyacu@gmail.com	Facebook (radiyoyacu) ; Twitter et Youtube	x		x	
BBC	www.bbc.com/afrique	Dnd	Twitter; Facebook ; Instagram et Soundcloud	x		x	
RCI	http://french.cri.cn/	dushunfang@hotmail.com	Facebook; Twitter; Google plus, LinkedIn et autres	x			
RFI	http://www.rfi.fr/	Dnd	Facebook ; Twitter ; Google plus ; Instagram ; Dailymotion ; Youtube; Soundcloud et Tune-In	x		x	
DW	www.dw.com/fr	francais@dw.com	Skype et Facebook	x		x	
HITR	http://www.hitradio.co/	younes@hitradio.ma	Dnd	x		x	
RMF	www.menya-media.org ; http://menya-media.org/?page_id=62	menyamedia@yahoo.fr; menyainternational@yahoo.fr; jlkesch@yahoo.fr; ihoryve@yahoo.fr	Facebook, whatsapp, facebook Messenger, LinkedIn, Outlook.com, Twitter, Google plus	x		x	

Source : Auteur à partir des données des sites et pages web consulté en dates du 13 au 16 mai 2017, écoute de certaines de ces radios durant les mêmes dates, ainsi que les entretiens avec certains Directeurs et journalistes de ces radios du 14 et 15 mai 2017.

Sept radios parmi celles n'ayant ni Site ni Page web, sont présentes sur facebook.

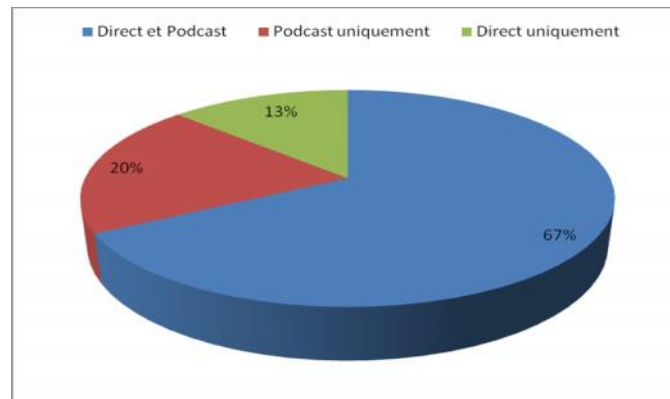
Ces radios se trouvent dans le tableau Suivant :

Tableau n° 69: Radios utilisant facebook uniquement

Radio	Page Facebook
R. Voix d'Espoir	https://web.facebook.com/pages/Radio-Voix-dEspoir/403238386424596?_rdc=1&_rdr
R.Ijwiry' Amahoro	http://fmscan.org/net.php?r=f&m=s&itu=BDI&pxf=Radio+Ijwi+Ry%27Amahoro
Radio CCIB FM +	https://web.facebook.com/ccibfm99.4MHZ/?_rdc=1&_rdr
R.Remam FM	https://web.facebook.com/REMA-FM-441535562574542/?_rdc=1&_rdr
R.Star FM	https://web.facebook.com/pages/LA-RADIO-STAR-FM-965-GITEGA-BURUNDI/1439093566390905?_rdc=1&_rdr
R.Colombe FM	https://fr-fr.facebook.com/radiocolombefm/
R.Ntumbero FM	https://web.facebook.com/ntumberofm/?_rdc=1&_rdr ; rjclsburundi@yahoo.fr

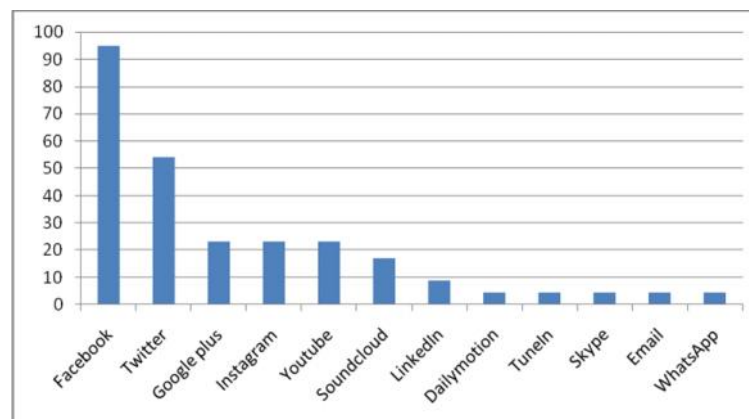
Source : Auteur à partir des pages facebook de ces radios visité en dates du 13 au 16 mai 2017

Graphique n° 27: Options d’écoute offertes par les radios sur leurs sites ou pages web.



Source : Auteur à partir des sites et pages web visité en dates du 13 au 16 mai 2017

Graphique n°28 : Taux d’utilisation des réseaux sociaux par les radios émettant au Burundi



Source : Auteur à partir des sites et pages web consulté en dates du 13 au 16 mai 2017

A côté des Sites ou Pages web et des réseaux sociaux, certaines radios utilisent le « Streaming » par lequel l'internaute peut écouter la radio en direct, telles sont la Radio Isanganiro, RFI Afrique, la RTNB (II^{ème} Chaîne), Bonesha FM, Radio Maria Burundi et RPA¹⁵⁰.

6.3 CONDITIONS D'ACCES DE LA POPULATION A UN RECEPTEUR DE RADIO.

Les conditions d'accès à un récepteur de radio pour la population Burundaise sont beaucoup plus liées à la situation économique du pays. La situation économique du pays dépend en grande partie de l'agriculture, mais cette dernière ne satisfait pas les besoins de la population comme nous l'avons signalé, ce qui fait que l'économie Burundaise soit dans une situation critique (Afrobaromètre, 2013, p.12). Par conséquent, la population Burundaise vit dans des mauvaises conditions économiques.

Comme l'affirme Geogrek Universal Salvation, la majorité de la population Burundaise vit en zones rurales et s'occupe de l'agriculture et de l'élevage (Geogrek Universal Salvation, 2001, p144). Pourtant, comme nous allons le voir, la population Burundaise considère l'information comme un des éléments importants dans leur vie, de façon que le récepteur de radio s'apprécie comme un bien fondamental dans la famille. Partant, l'accès à un récepteur de radio pour la plupart des familles se fait grâce à la mise en vente de certains produits agricoles comme le café, le thé, le coton, le riz, le vin de banane, les bananes, etc. ou la vente des animaux domestiques. La majorité des Burundais achète des récepteurs à piles parce que les zones rurales généralement n'ont pas accès à l'électricité. Notons qu'au cours de notre recherche, nous n'avons trouvé aucun document traitant ce thème et les directeurs et journalistes des radios contactés ont répondu qu'ils n'ont jamais fait ce type de sondage (Entretien Twimana,

¹⁵⁰ - <http://tunein.com/radio/Burundi-r100316/> [visité le 16 mai 2017]

- <http://www.streamingthe.net/search/?s=Rema+FM+Burundi> [visité le 16 mai 2017]

Mnana, Niyubahwe, etc, le 21 juin 2017). Mais l'importance que les Burundais donnent à l'information les amène à faire une sorte de sacrifice pour obtenir au moins un récepteur de radio par famille.

Pourtant, l'étude réalisée par IMMAR en 2013, révèle que 82% de la population burundaise dispose d'un récepteur de radio (IMMAR, 2013). In Frère et Firdler, 2016, p.120). Ce pourcentage démontre l'importance que le peuple Burundais donne à l'information. Voyons si les récepteurs de radio présents sur les marchés Burundais sont à la portée de la population.

Remarquons que, le nombre d'auditeurs de la radio augmente du jour au jour, non pas parce que le nombre d'acheteurs de récepteur de radio augmente, mais grâce à l'introduction sur le marché Burundais des appareils téléphoniques portables avec l'option de capter la radio (Entretien avec Niyubahwe, le 21 juin 2017). En s'approvisionnant, les vendeurs de ces appareils tiennent compte des conditions économiques de la population afin d'augmenter leurs clientèles.

6.3.1 Récepteurs de radio disponibles sur le marché Burundais

Les marques de ces récepteurs de radio peuvent se rencontrer partout dans le pays sur tous les marchés centraux de toutes les provinces du pays et sur tous les centres que compte chaque province¹⁵¹. Puisque le temps et les moyens nous ont fait défaut, nous avons travaillé sur le marché de Bujumbura (Capitale du pays) et le marché central de Ngozi (au Nord du pays).

Au marché de Bujumbura, le magasin se trouvant à Gatoke vers l'arrêt bus de Musaga et les différents magasins se trouvant à l'avenue de la mission ont été visité pour compléter cette recherche. Dans ces magasins, presque tous les vendeurs présentent neuf marques à des prix variés allant de 20.000fbu¹⁵² pour la

¹⁵¹ Chaque province compte deux centres ou plus pour faciliter l'accès à certains produits aux personnes ne pouvant pas faire de long voyage pour arriver aux marchés centraux des provinciaux. Par exemple pour la Province de Ngozi les centres sont Nyamurenza et Busiga, Kayanza a comme centres Gahombo et Muhanga, Gitega a comme centres Bugendana et Nyabiraba, Nyanza-Lac, etc. http://peaceoperationsreview.org/wp-content/uploads/2016/02/gpor_burundi_map_feb_2016.pdf [visité le 27 juillet 2016].

¹⁵² Ce prix est plus ou moins abordables pour la majorité de population.

marque MERAMBO à 100.000fbu et plus pour la marque SABUF (Voir Annexe 30).

Au marché central de Ngozi le magasin PANASONIC, a été choisi pour développer cette étude. Il offre à la population des récepteurs de radio et autres matériels électroniques. Seize marques sont présentées dans ce magasin à des prix très différents allant de 13.000 fbu pour la marque MERAMBO à 270.000 fbu pour une des catégories de la marque LIPU (Voir Annexe 30).

L'analyse des données de ces deux marchés révèle que même si le magasin PANASONIC du marché central de Ngozi offre plus de marques que les magasins du marché de Bujumbura, le récepteur le moins cher se trouve dans le magasin PANASONIC où le récepteur de la même marque MERAMBO qui coûte 20.000 fbu à Bujumbura vaut 13.000 fbu. De plus, le magasin PANASONIC accorde beaucoup plus de chance à la population d'acheter un récepteur car il présente plus de marques pour les prix allant de 13.000 fbu à 25.000 fbu. Cette différence de prix est basée sur la localisation du marché. Il est supposé que les habitants de la capitale ont plus de moyens financiers que ceux de l'intérieur du pays. Les prix accessibles de certains récepteurs et l'intérêt que la population porte à l'information peuvent justifier l'accroissement du nombre des personnes possédant le récepteur. En 2016 par exemple, 82% des Burundais avaient un récepteur radio contre 29% de ceux possédant la télévision (IMMAR (2013).In Frère et Fieldler, 2016, p.120).

Comme nous l'avons souligné, le nombre d'auditeurs connaît un accroissement sans cesse grâce à l'arrivée sur le marché Burundais des appareils téléphoniques ayant l'option de capter les différentes radios selon la localisation du propriétaire de l'appareil téléphonique. Soulignons que le nombre d'abonnés au téléphone mobil était de 4.997.696 en 2015¹⁵³. Certainement que ce nombre s'est vu à la hausse parce que le nombre d'abonnés évolue positivement d'une année à l'autre.

¹⁵³ <http://www.arct.gov.bi> [visite le 23 juillet 2016]

6.3.2 Appareils téléphoniques portables ayant l'option de capter la radio

Comme pour le cas des récepteurs de radio, nous avons travaillé sur le marché de Bujumbura et le marché central de Ngozi.

Au marché de Bujumbura pour réaliser cette enquête les Kiosques Bata et les Magasins Dream House, OBAMA SHOP et Itel ont été visités. Sur ce marché, 20 marques d'appareils téléphoniques sont présentées et toutes disposent de l'option permettant aux propriétaires de capter toutes les radios émettant en FM selon la localisation de ces derniers puisque, comme nous le verrons dans les chapitres cinq et six, il existe des radios ne couvrant pas tout le territoire du pays. Sur ce marché, l'appareil le plus coûteux vaut 500.000 fbu (marque Techno) tandis que les moins chers coûtent 25.000 fbu chacun (marques Techno, Nokia, Arcatel, SMART et VIWA) (Voir annexe 31).

Au marché central de Ngozi, les Kiosques Bata du Nord et B-Phone ont été étudiés. Ces Kiosques n'offrent les marques Itel et aux mêmes prix. L'appareil le plus cher pour les deux marques, vaut 250.000fbu et le moins cher, 25.000fbu (Voir Annexe 31).

L'analyse des prix des appareils téléphoniques sur les deux marchés indique que l'appareil le moins coûteux se vend au même prix (25.000fbu). Malgré les conditions économiques précaires que vit la population Burundaise, les appareils au prix de 25.000f sont à portée de la majorité de la population. Un autre constat que nous avons fait est que la plupart de gens recourent aux appareils téléphoniques pour écouter la radio, généralement quand ils sont en dehors de leurs domiciles et surtout pendant les heures des différents journaux parlés sur différentes radios¹⁵⁴.

¹⁵⁴ Il suffit d'être dans les rues du Burundi de 11h00 à 14h00, heure locale, peu importe la localisation, pour faire ce constat. Observation faite par nous même depuis août 2011. Les différentes radios émettant au Burundi marquent une certaine différence de minutes pour les journaux parlés, surtout pour le journal parlé en Kirundi pour offrir l'occasion aux auditeurs de suivre les journaux sur différentes radios possibles. Par exemple il est parlé à la Radio Humuriza FM à partir de 11h00, à la radio Star FM à partir de 12h00, à la radio Umuco FM à partir de 12h25 min et à la RTNB à partir de 12h30min.

CONCLUSIONES

La radio se ha puesto a disposición de África y ésta se ha apropiado de ella. La radio ha sido capaz de adaptarse a todas las particularidades del continente, dando respuestas a las numerosas trabas e impedimentos de todo tipo y de toda naturaleza -la complejidad geográfica, la deficiencia en infraestructuras, la dispersión de la población, su bajo nivel educativo, la pluralidad lingüística, la limitada libertad de expresión, el precario poder económico así como sus desfavorables condiciones de vida donde el agua o la electricidad son recursos escasos.

Por otra parte, África ha sido capaz de dar a la radio un uso particular, a la medida de las necesidades de sus gentes. Sirve como instrumento de comunicación en situaciones de emergencias, muy frecuentes en el continente. Se presenta como una prolongación de la comunicación personal, para quienes no tienen otros medios para hacerlo. Es, asimismo, una plataforma de educación tanto básica reglada, como especializada para profesionales o adaptada temática de vital importancia como Salud o Derechos Humanos. Es utilizada a instruir a colectivos como los agricultores y ganaderos, responsables de un sector de la economía muy importante. Es asimismo aprovechada como medio de empoderamiento por parte de la mujer, en una sociedad en la que suele estar marginada. Es también puente en situaciones de conflictos, orientando su actividad hacia la conciliación y la paz.

AFRICA:

Sistema político y de medios en África

En África, se observa, desde una perspectiva global, más allá de las particularidades de algunos países, que la trayectoria histórica y política de los poderes públicos es la responsable de la actual configuración del sistema político y de medios de los Estados.

Desde su liberación, el devenir de estos países ha sido muy similar entre los Estados. Cuando logran romper sus lazos con las Colonias, los africanos pasan a constituir las naciones. Los líderes que luchan por alcanzar la libertad se convierten en unos dirigentes que, una vez en el poder, adoptan un comportamiento autoritario con sus propios pueblos. Los golpes de Estado se

suceden creándose un clima de imposición y represión, que es contestado en el interior, y rechazado en el exterior por las instituciones internacionales. Tanto la Organización Africana como la Organización de las Naciones Unidas intentan forzar a aquellos países, cuyos gobiernos no han sido elegidos de forma democrática, a emprender un camino hacia sistemas políticos respetuosos con la soberanía de los ciudadanos.

Se inicia una andadura en la que se ejecutan actuaciones que, si bien aparentemente conducen hacia una sociedad democrática, no es así. Se satisface una imagen que encierra una realidad muy diferente. Los autores y politólogos califican lo que resulta de esta situación como “democracia de papel”, como una realidad de dos caras, una amable en términos democráticos y otra represora. Se trata de regímenes autoritarios liberales.

La relación de los Estados con los medios se desarrolla en términos muy similares. Tiene esa doble vertiente. De un lado, los gobernantes son conscientes de la importancia de los medios, y en concreto de la radio. De modo que consienten la liberalización de este sector y crean los mecanismos propios de cualquier sistema democrático. Pero, por otro lado, precisamente la consciencia de la relevancia de la radio va a pervertir el trato hacia el medio. Se siente la necesidad de controlarlo. De forma que los gobiernos recurren para ello a la concesión de favores, al otorgamiento de licencias con condiciones, y a la intimidación y represión para las emisoras y los profesionales que no responden a las exigencias. Basta señalar para ilustrar esta situación, que del conjunto del continente, sólo tres países tienen libertad de expresión. El resto de Estados o bien sólo son parcialmente libres en materia de comunicación, o no lo son en absoluto.

Estructura de la radio en África

La trascendencia que los gobiernos africanos otorgan a la radio y la presión internacional recibida, les lleva a organizar el sector, desarrollando para ello los órganos propios de cualquier Estado democrático.

- Órganos de regulación

La Comunicación suele ocupar una cartera ministerial de los gobiernos. Es muy habitual encontrar en la estructura de un ejecutivo africano un

Ministerio de Información y Comunicación. Además, la década de los 90 del Siglo XX y la primera del siglo XXI acogen la creación de Autoridades reguladoras de la comunicación audiovisual en la mayoría de países africanos.

La creación de este órgano se vincula a los derechos fundamentales de los africanos y se alude a él en la propia Constitución. En muchos casos, incluso se crea al amparo de una Ley Orgánica.

Sus competencias abarcan generalmente los medios audiovisuales. Suelen incluir también la prensa y solo en algunos casos, las de publicidad e Internet. Se dotan de capacidad tanto de consulta como de sanción y decisión, aunque en algunos casos se reduce su intervención a la mera consulta.

Lo que siembra algunas sombras a este gesto democrático de crear un órgano regulador independiente, es que los nombramientos de sus miembros son o bien responsabilidad directa o indirecta del poder ejecutivo. En algunos casos su vinculación con el gobierno se produce en una proporción moderada, en otros mayoritariamente, y otros en su totalidad. Esta circunstancia, evidentemente, empaña la función de muchos de estos órganos. Ya que el control por parte de los poderes públicos convierte la autoridad reguladora en instrumentos de vigilancia del gobierno sobre los medios.

- Categorías de radio

En el conjunto del continente africano no hay un acuerdo ni en el establecimiento de las categorías de radio, ni en la ubicación de las emisoras en ellas. A la vista de la casuística africana, cabe, sin embargo, establecer una categorización propia, fruto de la observación de un amplio universo de radios de diferentes países. Se pueden establecer 4 categorías principales, que a su vez, están integradas por subcategorías:

Radio pública:

- Radio pública nacional (generalista/temática)
- Radio pública regional
- Radio pública local

Radio privada:

- Radio comercial:
 - independiente
 - en cadena
- Radio comunitaria /asociativa:

- rural
- educativa
- cultural
- mujeres
- Radio confesional:
 - radio católica
 - radio cristiana
 - radio musulmana

Radio internacional:

- Radio internacional en onda corta
- Radio internacional de proximidad

Radio de la paz:

- Radio de Organización de las Naciones Unidas
- Radio de la Corte Internacional de Justicia.

- Fisonomía de la radio

Como en el resto de países, la fisonomía de la radio en África depende de muchas circunstancias. El mayor o menor nivel de desarrollo de estas modalidades de radio está supeditado a unos factores propios del escenario africano.

Uno de ellos, el principal, está relacionado con el nivel de apertura democrática del país. Esto condiciona no sólo el papel atribuido a los medios públicos, sino también al volumen y modalidades de radios desarrolladas por la Administración.

Por otra parte, el respeto de los gobiernos a la libertad de expresión, su predisposición a abrir el espectro radioeléctrico a iniciativas privadas y a dar facilidades para el emprendimiento de proyectos, son factores decisivos de los que depende en gran medida la configuración de un paisaje radiofónico en África.

El nivel económico de los países y de su población es el atractivo en la implantación de la radio comercial. Se observa que aquellas naciones con mayores posibilidades económicas suelen albergar un mayor número de radios con ánimo de lucro. Además se produce otra circunstancia

relacionada con la renta de la población. Dado que los habitantes de los núcleos urbanos suelen disponer de mayor poder adquisitivo, la distribución de esta modalidad de radio se concentra en las capitales. Las emisoras comerciales son muy escasas, o inexistentes, fuera de las grandes ciudades.

Existen dos factores ligados entre sí de los que depende la presencia y el número de emisoras de carácter asociativo y comunitario en África. Uno de ellos es la propia determinación de la población de tomar las riendas de su devenir, y el otro es la sensibilidad de las instituciones extranjeras cooperantes hacia determinados países y colectivos. Estos dos elementos van unidos. De nada sirve que una organización decida desarrollar un proyecto de radio si la población no lo asume como suyo, pero tampoco es viable un proyecto de radio de un colectivo o comunidad si no cuenta con el respaldo económico y de formación de organizaciones. Existe una excesiva dependencia de los proyectos comunitarios respecto a la financiación extranjera.

La numerosa presencia de fieles de una religión o incluso, lo contrario, la ausencia de ellos, es desencadenante del establecimiento de emisoras que, con una intencionalidad de evangelización y cooperación, se ponen en marcha en determinados territorios.

El interés de ciertas potencias extranjeras en hacerse presentes en los países africanos, o bien por reminiscencias coloniales, o por la necesidad de orientar a la opinión pública o por cuestiones de carácter estratégico, posicionarse en determinados mercados, es el origen de la implantación no sólo de la radio en onda corta, sino también en FM.

La trayectoria de conflictos y guerras de un país y, por lo tanto, la necesidad de intervención de los organismos internacionales -ONU, Cortes Penales Internacionales- sobre el terreno es el factor que da lugar a las radios para la Paz cuyo objetivo es velar por la conciliación de los pueblos.

- Perfil de emprendedores

Los operadores de radio, organizados en función del tipo de emisora, son muy diversos. Se ha llegado a la siguiente sistematización de estos actores:

Uno de ellos es la Administración pública. Los poderes públicos tanto nacionales, como en menor medida las autoridades de las divisiones administrativas de carácter regional y, en muy limitados casos, las autoridades de los distritos se convierten en operadores de radio pública.

Los emprendedores y empresas privadas suelen ser los promotores privados de emisoras comerciales, se distinguen tres categorías. La primera tiene un perfil local. En ella se distinguen a su vez, los emprendedores individuales y empresas locales no vinculados a la comunicación, los que sí lo están, y las organizaciones políticas locales. La segunda corresponde al perfil de emprendedor y empresa extranjera vinculada o no a la comunicación. Y por último la tercera es la del grupo de comunicación: Su presencia es limitada, pero representan una forma de supervivencia de la radio privada comercial en África.

Los promotores de radios comunitarias y asociativas suelen ser: poderes públicos locales, las municipalidades, colectivos de mujeres, jóvenes, agricultores, además de asociaciones culturales, o instituciones educativas o incluso personas físicas se encuentran entre estos perfiles. Todos ellos suelen estar respaldados por entidades colaboradoras extranjeras.

Las radios confesionales son objeto de la iniciativa de las iglesias católica, cristiana, así como las instituciones musulmanas. Las emisoras católicas y cristianas están más extendidas que la musulmana. Mientras las primeras llevan implantadas desde la liberalización de la radio, incluso alguna de ellas se ha autorizado antes de los 90, las musulmanas han empezado a desarrollarse al principio de la primera década del siglo XXI. La iglesia católica tiene un abanico de promotores de proyectos de radio muy diversificado que va desde la propia Conferencia episcopal de los países, pasando por las diócesis, las parroquias y las Organizaciones no Gubernamentales. Tanto las emisoras católicas como las cristianas tienen entre sus objetivos, a diferencia de las musulmanas, el desarrollo social, educativo y económico de los pueblos en los que se difunden.

Las emisoras internacionales que operan en África tienen en común el interés de los gobiernos de países extranjeros por estar presentes y ofrecer su particular interpretación de la realidad mundial y de la de los países africanos. Lo

hacen a través de dos tipos de emisoras. Las primeras son las filiales de las grandes corporaciones públicas, como la británica o francesa. En el caso de Alemania y Estados Unidos, se crean ex profeso esas emisoras, DW y VOA para su difusión en determinadas zonas de influencia.

En zona de conflicto los actores de la radio por la paz son el propio Consejo de Seguridad de Naciones Unidas y las Cortes Internacionales de Justicia.

- Otros agentes del sector radiofónico:

Hay una importante presencia de agentes extranjeros implicados en el desarrollo de la radio en África. Su intervención es esencial. Se distinguen dos tipos de organizaciones, en función de que estas se encuentren o no relacionadas con la comunicación.

En el primer grupo, las entidades impulsan la radio en la medida en la que hacen uso de este medio para llevar a cabo sus propósitos humanitarios. Estas instituciones pueden ser clasificadas en cinco categorías: la primera: las agencias de la Organización de las Naciones Unidas (FAO, Unicef, ACMAD, Banco Mundial, UNIFEM, entre otros); la segunda: las Organizaciones No gubernamentales (Oxfam, Acción contra el hambre, GAO...); la tercera: las Agencias de Cooperación Internacionales de Alemania, Suiza, Suecia, Francia, Holanda, entre otros; las Fundaciones privadas (F. Rey Baduino, F. Américaine Ford, la Vie pour tous...); los Institutos de Investigación.

En el segundo grupo, la institución está relacionada con la comunicación. Puede tratarse de entidades que desarrollan investigación en materia de medios, concretamente, radio (F. Hironnelle, OSISA, Panos), o bien puede tratarse de organizaciones de apoyo específicamente a la creación de radios comunitarias, suministro de contenidos, dotación de equipos o formación de profesionales (AMARC, CIERRO, Farm Radio...).

Los actores que integran el sector publicitario y que participan como agentes del sistema radiofónico son los anunciantes, las agencias de publicidad y las empresas de estudios de mercado.

Los anunciantes de la radio comercial pueden ser estructurados en tres tipos: El primero es el Estado. Se trata de uno de los mayores inversores en publicidad radiofónica. El segundo es el de los negocios y comercios locales de productos frescos, interesados en alcanzar las audiencias de proximidad. Un tercer tipo de anunciante está formado por los partidos políticos de la oposición e incluso del

gobierno, que recurren a la publicidad pagada para difundir sus mensajes. Por último, las grandes firmas y marcas multinacionales constituyen el cuarto grupo de anunciantes de radio, entre las que sobresalen las de telefonía móvil, bebidas refrescantes, entre otros.

Las agencias de publicidad representan a un actor de la industria publicitaria que valora la radio como soporte de anuncios, pero que, dadas las características de la radio en África, muy fragmentada y con carácter mayoritariamente social, la intermediación de las agencias está limitada a las emisoras comerciales de mayor envergadura, organizadas preferiblemente en cadenas y distribuidas en zonas urbanas. El ámbito de las agencias de publicidad está estructurado básicamente en dos tipos de agencias. Las locales, son muy escasas, intentan abrirse camino y actuar como un servicio africano para los medios africanos. Son pocas las empresas publicitarias independientes africanas. Además las que se han creado, no están presentes en todos los países, de modo que actúan desde una nación cubriendo más de un Estado. El otro tipo está constituido por las multinacionales, presentes en todos los mercados mundiales, incluso en los más limitados, como el de los países africanos. La estrategia de empresas como Publicis, Ogilvy, Mc Cann-Ericson, de un lado, es instaurarse en los países con mayores posibilidades económicas, lo que deja fuera de su ámbito de actuación a numerosos países con pocos recursos. De otro lado, su táctica para penetrar en el escenario africano es muy singular. Consiste en utilizar a las empresas locales, que se brindan a las multinacionales como caballos de Troya. Estas agencias pierden su identidad, asumiendo la marca de la agencia internacional, lo que explica la escasez de empresas africanas independientes.

En este sector de estudios de audiencia, la presencia de empresas africanas es casi inexistente. Hay dos multinacionales que cubren la limitada demanda: la francesa Médiametrie, y Kantar TNS (Taylor Nelson Sofres). Esta última, en una estrategia de posicionamiento en un futuro mercado, ha habilitado una sección especializada al ámbito africano. Se trata de Africascope.

A pesar de la importancia de conocer las necesidades de la audiencia, así como sus preferencias, los estudios de audiencia son la gran laguna de las investigaciones en comunicación en África, que entidades como Kantar TNS y Médiametrie no parecen satisfacer, quizá por falta de mercado. La explicación se encuentra en la debilidad de la mayoría de empresas radiofónicas comerciales, de

un lado, y en la imposibilidad del resto de emisoras de plantearse abonarse a un servicio como el que prestan estas empresas.

En definitiva, la fisonomía de la radio en Africa está muy ligada a la realidad de los países, a su economía, a las necesidades de su gente, a la situación en la que estos se encuentran.

BURUNDI:

La radio en Burundi

La radio en Burundi responde a los rasgos de la radio en África, si bien se detecta alguna particularidad.

- Sistema político y mediático

En lo que se refiere al sistema mediático de Burundi, este sigue la línea de la mayoría de los que se han configurado en el resto de países africanos. En su forma de ejecutar la liberalización de la radio, y de establecer la regulación de esta, Burundi se comporta como un país de tradición democrática. Reúne todas las características de un régimen liberal.

A principio de los 90, se aprueba la Carta de la Unidad Nacional mediante el referéndum, y seguidamente la Constitución. Se legaliza el multipartidismo y el pluralismo mediático. Como acompañamiento legal a la apertura mediática que ampara la Constitución, se promulga el Decreto, que da lugar a la creación de emisoras privadas.

Es tal la importancia de la información y comunicación para el gobierno, que existe una cartera ministerial con estas competencias. Asimismo, como herramientas de liberalización de la radio, se crean, de un lado, el órgano regulador, Conseil National de la Communication (CNC), y de otro, el ARCT Agence de Régulation et de Contrôle des Telecomunications.

El proceso de concesión de autorización está abierto a cualquier persona, entidad o empresa. No hay condiciones estrictas que cumplir como requisito para

lograr una autorización. Entre las obligaciones que se establecen, se encuentran las de proteger y promocionar la creación musical burundesa y africana, y la exigencia al respeto a la tolerancia entre religiones. Otro de los límites es la emisión de publicidad. El tiempo de mensajes publicitarios de un programa no puede exceder del 10%. Se evita de este modo que el contenido comercial acapare la programación.

La Administración del Estado no pone trabas a la presencia extranjera, ni a operadores extranjeros, ni inversores extranjeros en el capital de emisoras burundesas, ni a la contratación de profesionales extranjeros.

La presencia de organizaciones no gubernamentales extranjeras es muy amplia. No sólo ayudan al desarrollo y sostenimiento de las emisoras burundesas comunitarias, sino que incluso, colaboran con las comerciales y las públicas. La Administración no establece ningún límite ni exige tampoco, como lo hacen otros países, la comunicación a las autoridades de las ayudas percibidas por las emisoras locales.

Cualquier tipo de emisora puede ser aprobada. No hay establecidas categorías de emisoras, más allá de la distinción entre las públicas y las privadas. De modo que se da cabida a cualquier modelo de emisora.

Se puede solicitar la autorización en cualquier momento, sin convocatoria pública. Basta comunicar y presentar la solicitud acorde con las bases de la autorización. Los proyectos son sometidos a estudio, y la empresa tiene que comprometerse con lo especificado en el contrato que firma con el Consejo Nacional de la Comunicación.

Las sombras a este panorama favorable se producen en dos aspectos básicamente, pero afectan a todo el sistema. De un lado, el Consejo Nacional de Comunicación es un órgano cuyos miembros, algunos son nombrados por el gobierno, pero en cualquier caso, todos son ratificados por él. De modo que esta autoridad se convierte en una prolongación del poder ejecutivo, lo que le resta credibilidad en su funcionamiento.

Por otra parte, las únicas restricciones y los motivos por los que el titular de una autorización puede ver clausurada su emisora, o bien retirada la licencia están demasiado abiertas a interpretaciones.

La normativa de concesión de autorizaciones establece que, en caso de que los contenidos de la emisora puedan atentar contra la unidad nacional, o el orden y la seguridad públicos, la moralidad y las buenas costumbres, así como la soberanía nacional, o puedan incitar a la desobediencia civil o propaganda al enemigo de la nación burundesa, en estos casos, podría clausurarse la emisora o retirarse la autorización.

Estas restricciones están abiertas a interpretaciones, lo que genera un riesgo en su uso como argumento para intervenir una emisora. El episodio que se ha producido en 2015 en el que varias emisoras han sido cerradas, coincidiendo con las protestas de la población contra la presentación del Presidente de nuevo a las elecciones presidenciales, ilustra este riesgo. Por otra parte, Burundi, sigue siendo un país que organizaciones de reporteros sin fronteras, o Freedom House sitúan entre los que no hay libertad de expresión.

El paisaje de la radio en Burundi

La radio en Burundi cubre todas las modalidades de radio de la categorización establecida, excepto la de la Radio para la paz (ONU). Del conjunto de la estructura de la radio se observa que la modalidad de mayor implantación es la asociativa y comunitaria, mientras que la radio comercial es muy limitada. Asimismo también destaca la presencia de radios confesionales y de radios internacionales.

La radio pública nacional está integrada por tres emisoras. Tiene dos canales nacionales generalistas y uno especializado. Su cobertura es nacional, por lo tanto, se garantiza de este modo que los burundeses puedan acceder al menos a la radio pública. Es de destacar que el gobierno recurre a la radio pública como plataforma para apoyar sus políticas educativas- cubrir las deficiencias educativas y facilitar la formación a los docentes-. La radio pública escolar es un ejemplo de uso del servicio público de radiodifusión para cumplir una función educativa.

De los modelos de radios privadas, el que más se ha desarrollado es el modelo de radio asociativa comunitaria, seguida de la radio confesional y, por último, la radio comercial. La reducida presencia de radio comercial se debe a la ausencia de mercado publicitario, fruto de la precariedad económica del país y de la de su población. Entre las radios comerciales, se observa que la iniciativa parte, o bien directamente de la Cámara de Comercio de Burundi, o de empresas de

comunicación que buscan abarcar la radio como medio para completar su actividad o bien editorial, o bien televisiva.

Las radios comunitarias son las más numerosas. Están lideradas por asociaciones. El espectro de ámbitos en los que se mueven estas entidades es muy amplio: mujeres, cultura, jóvenes, agricultores, enseñanza, Derechos Humanos, paz, etc... Todas disponen del respaldo de una institución extranjera que las sostiene económicamente, y sin las que no podrían mantenerse.

Las radios confesionales ocupan un segundo lugar entre las emisoras privadas. En Burundi se observa que es una forma de expresión y actividad a la que recurren tanto las confesiones católica, cristiana (protestantes, evangelistas, metodistas, adventistas, pentecostistas), como la musulmana. La iniciativa suele partir generalmente de asociaciones ligadas a estas confesiones. Pero en algún caso, intervienen instituciones como la Universidad, o la Conferencia episcopal. Muchas de las radios confesionales, además de su objetivo evangelizador, tienen como misión colaborar y cooperar con el desarrollo económico, social y cultural del territorio en el que opera.

En lo que se refiere a la radio internacional, este territorio es objeto de difusión de las señales de las radios exteriores de Gran Bretaña (BBC), Francia (RFI), EEUU (VOA), Alemania (DW) e incluso China (RIC). Es curioso el interés del gobierno Chino, que a diferencia del resto de emisoras está ausente en la mayor parte del territorio africano.

Del conjunto de emisoras activas a principios de 2015 en Burundi, cabe concluir que.

- A pesar de la presencia de un elevado número de emisoras asociativas y comunitarias, se observa una concentración de emisoras en la capital del país. Si bien son varias las emisoras que alcanzan la totalidad del territorio, la mayoría de ellas tiene su sede en Bujumbura.
- A pesar de la limitación del mercado publicitario, ninguna emisora, tenga o no ánimo de lucro, renuncia a recibir ingresos por publicidad en Burundi.
- La precariedad del mercado publicitario impide el desarrollo de una industria. En Burundi no existe ninguna agencia publicitaria ni empresa

de estudio de audiencia. Son las radios las que elaboran y ejecutan los mensajes publicitarios.

- La mayoría de las emisoras privadas en Burundi se inician después de la crisis de 1993. Esto explica que la Paz y la Reconciliación representen el eje sobre el que gravitan los contenidos, de las emisoras comunitarias y confesionales, pero también las comerciales.
- La presencia de las organizaciones no gubernamentales extranjeras supone un apoyo económico y formativo vital para el desarrollo del sector radiofónico. Si bien son las emisoras comunitarias las primeras beneficiarias, le siguen las confesionales, las comerciales e incluso las públicas (ya que participan de muchas acciones de formación organizadas por instituciones extranjeras)
- El pasado, su historia reciente, está marcando la temática y la organización de programas de la gran mayoría de emisoras. Sin embargo, curiosamente no se ha desarrollado ningún proyecto de la ONU en este territorio.
- la RTNB sigue siendo la radio preferida entre las radios nacionales por cuatro razones principales: el acceso fácil gracias a las antenas de reemisión instaladas en sitios altos de algunas provincias, la manera de ofrecer al público informaciones oficiales de todo el territorio, la importancia que da a la cultura Burundesa y el acceso a los comunicados necrológicos. Se escucha la RTNB también para comparar las noticias que ofrece con las proporcionadas por las radios privadas.
- En cuanto a las radios internacionales, BBC (en Kirundi) ocupa el primer lugar no solo por la calidad de las noticias que ofrece, sino también por utilizar el Kirundi, lengua nacional y oficial.
- En las programaciones de la mayoría de emisoras, comunitarias y confesionales, se presta especial atención a la agricultura, ganadería, actividades artesanales, creación de pequeñas y medianas empresas (PME), la creación de asociaciones y cooperativas, etc. Estos programas interesan al público por dos razones principales: el contenido y la lengua de difusión (Kirundi), lo que aumenta el número de radioyentes.

- A pesar de la concentración de las emisoras radiofónicas en la capital del país, los profesionales proceden de distintas provincias.
- La formación específica de los profesionales de la radio, no tiene nada que ver en muchos casos con el periodismo y la comunicación a pesar de la existencia de universidades que imparten formación en periodismo.
- Aunque hay mujeres ejerciendo como periodistas, no muchas, en Burundi, se observa que las profesionales de la radio aún presentan dificultades en alcanzar los puestos directivos de las emisoras.
- La adquisición de un receptor de radio en Burundi depende de la importancia que la población le dé a la información y no tanto a la situación económica. Los ingresos que permiten la compra de un receptor por parte de la población de fuera de la ciudad suelen obtenerse por la venta de productos agrícolas.
- La introducción en el mercado Burundés de teléfonos móviles a precios moderados aumenta el número de usuarios de la telefonía móvil, incrementándose así la audiencia radiofónica al poder acceder a la radio con mayor facilidad.

La crisis socio-política, la insuficiencia de recursos financieros, materiales y humanos son algunos de los problemas que dificultan el funcionamiento y desarrollo de la radio en Burundi. Deben ser superados para que la radio pueda despegar definitivamente como medio de comunicación.

De manera que, se confirman las hipótesis de partida de esta tesis en la medida en la que se ratifica que la radio es el medio de comunicación adecuado en África, capaz de adaptarse y ser útil a la población en diferentes situaciones. También, se observa que la trayectoria histórica y política de los poderes públicos es responsable tanto de la actual configuración del sistema político como del sistema de medios de los estados. Y finalmente, se confirma que la radio en Burundi responde a los rasgos de la radio en África, aunque presenta ciertas singularidades que le dan un aspecto particular.

Propuestas para mejorar la radio en Burundi

- Revisar la forma del nombramiento de los miembros del CNC.
- Revisar y determinar las normativas de creación y funcionamiento de la radio por categorías y modelos.
- Descentralizar la radio pública y promover la creación de radios locales y/o comunitarias.
- Multiplicar la formación en comunicación en general, y en periodismo en particular.

Las líneas de investigación que se abren a partir de esta tesis son entre otras:

- Estudiar la influencia de los países extranjeros a través de sus agencias de cooperación, los servicios internacionales de las emisoras gubernamentales en el desarrollo de la radiodifusión en África.
- Realizar estudios de audiencia fiables para conocer en detalle sus perfiles, sus gustos y sus necesidades.
- Estudiar el impacto de los contenidos radiofónicos sobre el desarrollo socio-económico de la población local.
- Analizar las actuaciones de los órganos reguladores de la comunicación.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abdel W., O. C. (2014). Tribu et Etat en Afrique. Rabat : Centre des études sahariennes. [Livre en ligne]. Disponible sur : [https://www.academia.edu/6157436/Tribu et Etat en Afrique](https://www.academia.edu/6157436/Tribu_et_Etat_en_Afrique). [Visité le 30 juin 2017].
- Abdi I. J. (2006). Somalia: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (15-18).
- ACHPR (2002). Déclaration de principes sur la liberté d'Expression en Afrique (2002). Banjul. Disponible sur: <http://www.achpr.org/fr/mechanisms/freedom-of-expression/Declaration%20of%20Principles%20on%20Freedom%20of%20Expression%20in%20Africa/>.
- ACRIMED (2001). Déclaration des radios associatives et communautaires de l'Afrique Centrale réunies à Kinshasa du 19 au 22 mars 2001. Disponible sur : http://www.acrimed.org/IMG/article_PDF/D-claration-adopt-e-la-rencontre-de-Kinshasa_a536.pdf [Visité le 07 juillet 2017].
- Actualitix. World Atlas- Statistics by country. Nivel de democracia en África 2017. Disponible sur : <https://es.actualitix.com/pais/afri/africa-indice-democratico.php#tabla-de-datos>. [Visité le 29 juin 2017].
- Adweknow magazine (2017). La lettre d'information sur la publicité et les médias en Afrique francophone Sub-saharienne. N°6- 24 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.adweknow.com/wp-content/uploads/2017/02/Adweknow-Magazine-Nume%CC%81ro-6-1-4.pdf> [Visité le 29 juin 2017].
- Afrobaromètre (Avril 2013). Les conditions économiques, les performances du gouvernement, la sécurité et la bonne gouvernance au Burundi, Résultats du Sondage du Round 5 d'Afrobaromètre au Burundi. Gradis. Disponible sur http://www.afrobarometer.org/sites/default/files/media-briefing/burundi/bdi_r5_presentation2.pdf [visite le 16 décembre 2016].
- Agence Ecofin (2015). "Côte d'Ivoire: les trois nouvelles radios autorisées sont Hit radio, Vibe Radio, et Trace". Disponible sur :

<http://www.agenceecofin.com/medias/1902-26689-cote-d-ivoire-les-trois-nouvelles-radios-autorisees-sont-hit-radio-vibe-radio-et-trace>.

Agencia de la ONU para los refugiados. Comité Español (2017). 5 conflicto de los últimos tiempos. En <https://eacnur.org/blog/conflictos-actuales-africa/>.

Akingbuly, A. (2011). Nigeria country assesement. *The African Charter on Broadcasting. A review of its impact in West Africa*. Panos Institute West Africa.

Alumuku, P. y White, R. (2005). La radio comunitaria para el desarrollo en África en *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*. nº2. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Alumuku, P. et White, R. (2004). La radio comunitaria para el desarrollo en África. *Revista de Estudios para el desarrollo social de la comunicación*. *Redes.Com* nº2. Sevilla: Universidad de Sevilla. En: [https://dialnet.unirioja.es/revista/15691/A/2005\(405-4139\)](https://dialnet.unirioja.es/revista/15691/A/2005(405-4139)) [Visité le 07 juillet 2017].

AMARC (1998). What is Community radio? Disponible sur: [http://www.amarc.org/documents/manuals/What is CR english.pdf](http://www.amarc.org/documents/manuals/What%20is%20CR%20english.pdf) [Visité le 07 juillet 2017].

AMOEDO C., A. (1999). The Structure of Radio in the Basque Country (1986-1996). *Communication & Society* 12(1), 22.

André, C. (1996). Burundi : Evolution macro-economique. Disponible sur : <http://www.ua.ac.be/objs/00110964.pdf> [visité le 16 décembre 2016].

Andre, F. (2006). Mozambique: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (16-19).

Apenteng, B. (2011). Ghana Country assesement. *The African Charter on Broadcasting. A review of its impact in West Africa*. Panos Institute West Africa

Artí, M., J. M. (1990). Modelos de programación radiofónica. Barcelona: FeedBack Ediciones.

Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.J.O.) (décembre 2015). Rapport annuel 2015. Bujumbura.

Ayanon, S (2008). La radio communautaire, la gouvernance et le développement au Rwanda. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Aznar, A. (2002). Importance des radios communautaires. In « Médias et construction de la paix dans la région des Grands Lacs, Rencontre entre professionnels des médias et acteurs de la société civile ». Séminaire, (22-24 avril 2002), Nairobi. Paris : IPP.

Banco Mundial (2013). África mantiene un sólido ritmo de crecimiento, pero la pobreza y la desigualdad siguen siendo elevadas en <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2013/10/07/africa-continues-grow-strongly-poverty-inequality-persistently-high>.

Banco Mundial. Datos sobre acceso electricidad en el mundo rural en África en https://datos.bancomundial.org/indicador/EG.ELC.ACCS.ZS?locations=XL&name_desc=false.

Banco Mundial. Datos sobre acceso electricidad en general en Africa. https://datos.bancomundial.org/indicador/EG.ELC.ACCS.ZS?locations=XL&name_desc=false.

Banda, F. (2006). Zambia: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (16-20).

Banque mondiale. (2005). African Development indicators en <http://datos.bancomundial.org/indicador/EG.ELC.ACCS.RU.ZS?locations=ZG&view=map>.

Banteye, N. (2005). Community Broadcasting in Burundi. *Country Report Global Advocacy Project 2004-2005*. Disponible sur : BURUNDI-amarc.org [www.amarc.org/documents/articles/Africa_Burundi_Country_Report\(FR\).doc](http://www.amarc.org/documents/articles/Africa_Burundi_Country_Report(FR).doc). [Visité le 10 aout 2016].

Barrot, P. (2010). Les radios internationales en Afrique en Inaglobal <http://www.inaglobal.fr/radio/article/les-radios-internationales-en-afrique>.

Berqué, P. (2001). Afrique centrale: l'onde de choc des radios de proximité. *Les cahiers du journalisme*, n°9 -Automne 2001. Disponible sur : http://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/Cahiers_Journalisme/PDF/9/04_Berque.pdf [Visité le 07 juillet 2017].

Berrigan, F. (1981). La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. Paris: Unesco <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134355so.pdf> [Visité le 07 juillet 2017].

BOCRA. Broadcasting Licences in Botswana Application and Assessment Procedures for Commercial Broadcasting Services. Disponible sur: <http://www.bocra.org/bw/broadcasting> [Visité le 29 juin 2017].

Bodjoko L., J. P. (2010). Développement de la radio catholique en République démocratique du Congo. Paris: L'Harmattan.

Bonet, B. M. (Dra) (2005). Murcia La radio española 1994-2004. Una década de consolidación y desencanto. *SPHERA PUBLICA Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación Número 5*. Barcelona: Universitat Autònoma.

Bonet, M. (2004). Qui tem la ràdio local?. *Quaderns del CAC*, 18, pp. 37-43

Bonin, M.H y Opoku,M. (eds) (1998). What is community radio? A resource Guide AMARC AMARC Africa and Panos Southern Africa. Disponible sur: <http://www.amarc.org/documents/manuals/What is CR english.pdf>.

Bosch, T. (2011). Community radio continues to provide an alternative. In Berger, G (edit) *Media in Africa. Twenty years after the Windhoek Declaration on Press freedom*. South Africa: Media Institute of Southern Africa (MISA).

Boulc'h, S. (2003). Radios communautaires en Afrique de l'Ouest. Guide à l'intention des ONG et des bailleurs de fonds. Bruxelles: COTA asbl. Bourges. Disponible sur : <http://www.csa.fr/es/Espace-Presse/Interventions-publiques/Conference-des-instances-de-regulation-de-la-communication-d-Afrique>. [Visité le 29 juin 2017].

Bratic, V and Schirch, L. (2007). Why and when to use the media for conflict prevention and peacebuilding. Global partnership for the prevention of armed conflict. Issue Paper 6. Amsterdam, European centre for conflict prevention.

Burton, C. (2006). Communication et journalisme. Débat autour du concept de Journalism de la paix. Bruxelles : Université de Bruxelles. [Mémoire online]. Disponible sur : http://www.memoireonline.com/07/07/532/m_debats-autour-du-concept-de-journalisme-de-paix12.html [Visité le 08 décembre 2015].

Capitant, S (2008). La radio en Afrique de l'Ouest, un média carrefour, sous-estimé? L'exemple du Burkina Faso, en Réseaux 2008/4, n°150. en <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-4-page-189.htm>.

Carles, C. (1996). Burundi se sumerge en el infierno. *Razón y fe*, Tomo 234-*N^{os}1.175-1.176-Setiembre-Octubre 1996*, pp. 219.227.

Cebrián H., M. (2001). La radio en la convergencia multimedia. Barcelona: Gedisa Editorial.

Centre de Monitoring des médias de l'OMAC au Burundi(MOMO) (2006). La représentation de la femme dans les médias Burundais : Cas des tranches d'actualité radio et télédiffusées du 1^{er} au 31 octobre 2006. Bujumbura.

Chabouni, S. (juin 2016). De la bénédiction à l'isolement: Le Rwanda et l'Occident vers une nouvelle rupture? *L'Afrique des Grands Lacs : Annuaire 2015-2016*. Bordeaux, pp. 279-297.

Chaparro E., M (1998). Radio Pública Local. Sevilla: Imedeja/ Fragua Editorial.

Checa G., A. (2013). El renacimiento de la radio internacional: multinacionales, emisoras religiosas, radio exterior e Internet en Correspondencias y Análisis n°3, año 2013 Perú: Universidad San Martín de Torres.

Chibita, M. (2011). Multiple publics, multiple languages. Radio and the Contestations of Broadcasting language Policy in Uganda en Gunner, L and alt (2011) Radio in Africa. Publics, cultures, communities. Johannesburg: James Currey.

Chretien & Dupaquier (2007) in Palmans, E. (2008). Médias et politique en situation de crise : Le cas du Burundi. Antwerpen.

Conseil National de la Communication « CNC » (le 30 juin 2015). Répertoire des organes de presse et des organisations œuvrant avec les médias au Burundi. Disponible sur : <http://www.cnc-burundi.org/>. [Visité le 06 août 2015].

COOMBE, C. M. (2002). Mitigating the Impact of HIV/AIDS on Education Supply, Demand and Quality, in Cornia, Giovanni Andrea, AIDS, Public Policy and Child Wellbeing, capítulo 12, junio, Florencia.

Costa, P. (2012). The Growing Pains of Community Radio in Africa-Emerging Lessons Towards Sustainability. *Glocal Times*, (17/18). Disponible sur : http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/362_da%20costa.pdf (135-147) ([visité le 25 juin 2017]).

Cristensen, J (2008). La radio communautaire en Gambie. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Damome L., E. (2006). Le développement des recherches sur la radio en Afrique. *Recherche en communication n° 26*, 2006, pp. 81-92.

Damome L., E. (2008). Une diversité paradoxale en Afrique. Université de Bordeaux 3, pp.59-64.

Damome L., E. (2014). Radios et religions en Afrique Subsaharienne. Presse Universitaires de Bordeaux.

De la Brosse, R. (2008). La Régulation des médias dans l'espace francophone. Bilan et perspectives.

De Zeeuw, J and KishnaKumar (2006) Promoting democracy in post-conflict societies. Lynne Rienner. Boulder/London.

Deutsche Welle (2001). Act governing the Public Broadcasting Corporation "Deutsche Welle" (Deutsche-Welle-Gesetz – DWG, Deutsche Welle Act) dated on 16. December 1997 1. Amendment: 19. June 2001 (BGBl. I S. 1149) 2. Amendment: 29. October 2001 (BGBl. I S. 2785) 3. Amendment: 15. December 2004 (BGBl. I S. 3456) <http://www.dw.com/downloads/36383966/dwgesetzen.pdf>.

Diarra, A. (2000). Les autorités administratives indépendantes dans les états francophones d'Afrique Noire. *Afrilex: Revue d'étude et de recherche sur le droit et l'administration dans les pays d'Afrique* n° 2000/0. Bordeaux. Disponible sur : <http://afrilex.u-bordeaux4.fr/les-autorites-administratives.html>. [Visité le 29 juin 2017].

Dieng, P. (2013). Radios communautaires, espace public et développement local: enjeux et contraintes au Sénégal. *Revue Électronique internationale de Sciences du*

langage, Sudlangues. n° 19, juin 2013. Dakar, Sénégal: Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université Cheikh Anta Diop. Disponible sur : <http://www.cameco.org/espanol/nosotros/>. [Visité le 29 juin 2017].

Document Programme d'Action de Bamako Adopté par la IXe Conférence des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage (Beyrouth, les 18, 19 et 20 octobre 2002). Disponible sur : https://www.francophonie.org/IMG/pdf/actes_som_ix_2002.pdf. [Visité le 29 juin 2017].

Dupont, P. (mai 1998). La crise politique au Burundi et les efforts de la Communauté Internationale. Anvers, pp.1-20. Disponible sur : <http://www.ua.ac.be/objs/00110984.pdf>. [Visité le 05 juillet 2017]

DW akademie in Africa. <http://www.dw.com/en/dw-akademie/africa/s-12135>[Visité le 27 juin 2017].

EFE (02/12/2012). La RDC suspende la emisión de Radio Okapi, un medio promovido por la Onu en http://www.eldiario.es/politica/RDC-Radio-Okapi-promovido-ONU_0_75242596.html.

El País (1996). Una radio a cuerda contra el sida. en https://elpais.com/diario/1996/05/18/ultima/832370402_850215.html.

Encuesta de la UNAMSIL entre la opinión pública. en <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/unamsil/factsheet5.html>.

Essoungou, A.M. (décembre 2010). Après la guerre, quel avenir pour les "radios de la paix"? en Afrique Renouveau en <http://www.un.org/fr/africarenewal/vol24no4/peace-radio.html> .

FAO Sida amenaza para el África rural. VIH/SIDA: problema rural. En <http://www.fao.org/FOCUS/S/aids/aids1-s.htm>

FAO-Dimitra (2011). Les clubs d'écoute communautaires. Un tremplin pour l'action en milieu rural.

Faus B., A. (1991). La radio privada. *Situación 1990/1. Informe sobre la Información: España 1990*. Vizcaya: Servicio Editorial del Banco Bilbao.

Fernández A., M (1997). "El público en los medios locales de comunicación" en VVAA, Sociedad Española de periodística en Estudios de Periodística V. Número especial dedicado al periodismo local. Pontevedra: Diputación de Pontevedra.

Figueroa, Romeo(1997): "¿Qué onda con la radio!". Alhambra Mexicana. México. Segunda reimpresión.

FMI- World Economic Outlook Database (2016). Indicateurs de croissance. Disponibles sur : <http://www.expert-comptable-international.info/fr/fiches-pays/burundi/le-contexte-economique-et-politique>. [Visité le 25 aout 2016].

Fondation Hironnelle (2017). Rapport d'activité 2016. Lausana: Fondation Hironnelle.

Fondation Hironnelle (Le 25 février 2010). Les projets de la Fondation Hironnelle en <http://www.radiodekeluka.org/les-projets-de-la-fondation-hironnelle.html>.

Fondation Hironnelle et MONUSCO. Radio Okapi. Disponible sur : www.radiookapi.net/page/propos [Visité le 28 juillet 2016].

Fondation Hironnelle. 20 ans : Des médias pour s'entendre, en <http://www.hironnelle.org/images/pdf/livretvingtansFH/FondationHironnelleLivret.pdf>.

Fondation Hironnelle. Radio Ndeke Luka. Central African Republic . en <http://hironnelle.org/en/radiodekeluka-central-african-republic>[Visité le 28 juillet 2016].

Ford, T, (oct. 2016). Les femmes trouvent leur voix. en Agencia de noticias IPS International en http://ipsinternational.org/fr/_note.asp?idnews=6173.

Forson, V. (2016). Publicité: l'Afrique impose ses canons. Disponible sur : http://afrique.lepoint.fr/economie/publicite-l-afrique-impose-ses-canons-08-07-2016-2052952_2258.php .[Visité le 29 juin2017].

Francophonie (2002). DOCUMENTO PROGRAMME D'ACTION DE BAMAKO Adopté par la IXe Conférence des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage (Beyrouth, les 18, 19 et 20 octobre 2002) https://www.francophonie.org/IMG/pdf/actes_som_ix_2002.pdf.

Fraser, C. and Estrada S.R. (2002). Community radio for change and development. *Development 45 (4), Society for International development*. London: Sage Publications. Disponible sur: [https://www.infoamerica.org/teoria_textos/community_radio.pdf%20\(69-73\)](https://www.infoamerica.org/teoria_textos/community_radio.pdf%20(69-73)) [Visité le 07 juillet 2017].

Fraser, C. y Restrepo, S. (2001). *Community Radio Handbook*. Paris: UNESCO

Frère M.-S. et Fiedler A. (juin 2016). Les médias dans la crise Burundaise, « Tu tues le coq, mais tu ne tues ce qu'il a chanté ». *L'Afrique des Grands Lacs, annuaire 2015-2016*, Bruxelles, pp.119-141.

Frère M.- S. (octobre 2010). Les jeunes radios privées au Burundi, en RDC et au Rwanda . *La Revue nouvelle*.

Frère, M.-S. (2007). *The media and conflicts in Central Africa* Lynne Rienner. Boulder/London.

Frère, M.-S. (2016). *Journalismes d'Afrique*. Louvain-La -Neuve: De Boek Supérieur.

Frère, M.-S. (Automne 2001). Dix ans de pluralisme en Afrique francophone. *Les Cahiers du journalisme* n°9.

Frère, M.-S. (juin 2006). Après les medias de la haine : La régulation en RDC, au Burundi et au Rwanda. *L'Afrique des Grands Lacs : Annuaire 2005-2006*. Bruxelles, pp. 85-118.

Frère, M.-S., Nindorera, W. et Fiedler, A. (Septembre, 2014). Promouvoir des médias professionnels et responsables contribuant aux processus démocratiques dans les Grands Lacs, Projet de la Coopération Suisse, Etude de faisabilité. Disponible sur : http://www.panosgl.org/sites/default/files/production_files/pmartinot/Etude%20Faisabilit%C3%A9%20IPGL-%20IPE%20-%20ABR%20201014.pdf. [Visité le 24 avril 2017].

Gabinete de Prensa AMARC (2014). Les radios communautaires racontent l'agriculture familiale: écoutez et partagez. <http://www.amarc.org/?q=fr/node/2053> [Visité le 07 juillet 2017].

García D., D.M et Meza T., JG (Agosto, 1999). De radio en radio: el escenario radiofónico. *Revista Latina de Comunicación social*, nº20. Disponible sur: <http://www.ull.es/publicaciones/latina>. [Visité le 30 juin 2017].

García J. (2015). Crisis y conflictos en la República de Burundi. *Anuario en Relaciones Internacionales 2015*. Departamento de África http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49367/Documento_completo.pdf?sequence=1. [Visité le 24 avril 2017].

García L., T (2009). La Unión Europea y el espectro radioeléctrico: de la armonización técnica a la liberalización del interés público M.^a Trinidad GARCÍA LEIVA *Redes.Com* N^o 5 <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/viewFile/165/153>.

García L., T. (2009). La Unión Europea y el espectro radioeléctrico: de la armonización técnica a la liberalización del interés público M.^a Trinidad GARCÍA LEIVA *Redes.Com* N^o 5. Disponible sur: <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/viewFile/165/153>. [Visité le 27 juin 2017].

Gebretsadik, GS, (2006). Ethiopia Country Report in Africian Media Development Initiative. London: BBC World Service Trust.

Geogrek Universal Salvation(2001). Burundi: Estructuras ancestrales. Salvation Editors, S.A. pp. 141-145.

Giramahoro, R., (Président du CNC) (du 20 février 2016). *Discours prononcé par Richard Giramahoro lors de la réouverture de deux radios privées*. Bujumbura, 20 février. Disponible sur : <http://www.cnc-burundi.org/index.php>. [Visité le 26 juillet 2016].

GOMEZ-JORDANA MOYA, R. (9 ENERO 2015). ESPAÑA UN NUEVA MIRADA SOBRE ÁFRICA <HTTP://WWW.AFRICAINFO.MARKET.ORG/ACTUALIDAD/INFORME/ITEM/17005-ESPANA-UNA-NUEVA-MIRADA-SOBRE-AFRICA>.

Gosse, A.-M. (2002). « Médias et construction de la paix dans la région des Grands Lacs, Rencontre entre professionnels des médias et acteurs de la société civile ». Séminaire, (22-24 avril 2002), Nairobi. Paris : IPP.

Gran Atlas universal (2007). Barcelona: EDP Editores. Editorial Planeta.

Groupe de la Banque Africaine de Développement (le 18 mai 2017). Annuaire Statistique pour l'Afrique. Addis Ababa: ECA Printing and Publishing Unit.

Gueye, D (2008) "Les enjeux légaux de la radio communautaire au Sénégal" en *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Hattingh and alt (2012). The rise of the African consumer: A report from McKensey's Africa Consumer Insights Center. Disponible sur: <http://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-rise-of-the-african-consumer>. [Visité le 27 juin 2017].

Helfer, J-P. et Orsoni, J. (2009). Marketing. Paris : Vuibert, 11 éd.

Hollander, E (2002). Community Media and online communities: towards a theoretical and methodological framework in Jankowski, NW (edit) *Communit.....* Disponible sur: http://www.amarc.org/documents/14principes_FR.pdf [Visité le 07 juillet 2017].

Howard, R. (2009). Conflict-Sensitive Reporting: State of the art. Paris : UNESCO
Howard, Ross (2009) Conflict-Sensitive Reporting: State of the art. Paris : UNESCO.

<http://datos.bancomundial.org/indicador/EG.ELC.ACCS.RU.ZS?locations=ZG&view=map>

Idimama K. (2006). Les organes de régulation des média en Afrique de l'Ouest: État des lieux et perspectives. Sénégal: Institut Panos Afrique de l'Ouest.

Iglesias, F (2005). Concentración y pluralismo en la radio española. Pamplona: Eunsa.

IMMAR (2013). Etude d'auditoire au Burundi. Bujumbura : Instituts Panos Grands Lacs.

Independent Media Commission (2005). Media Code of Practice: Rules and regulations governing the establishment and operations of the print, electronic

media and advertising in Sierra Leona. Disponible sur: <http://mic.gov.sl/Portals/0/IMCCodes.pdf>. [Visité le 29 juin 2017].

Indrajit B. et Kalinga S. (2006). Radiotelevisión de servicio público : un manual de mejores prácticas, 1^{era} ed. Oficina de la UNESCO para América Central: UNESCO.

Informe annual de Reporteros sin Fronteras (31/12/2016). Clasificación Mundial de la Libertad de la Prensa. Disponible en: <http://www.informeannualrsf.es/news/> [Visité le 26 juin 2017].

Institut Panos (Janvier 2009). Médias et religions en Afrique de l'Ouest, Sénégal: Institut Panos. Disponible sur: http://www.afronline.org/wp-content/uploads/2009/06/pdf_Medias_et_Religions_en_AO.pdf. [[Visité le 29 juin 2017].

Institut Panos (1997). Législations et pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest. Paris: l'Harmattan.

Institut Panos Afrique de l'Ouest (2006). Les organes de régulation des média en Afrique de l'Ouest: État des lieux et perspectives. Sénégal: Institut Panos.

Institut Panos Paris (1993). Le pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest, Tome 1 et 2. Paris : L'Harmattan.

Institut Panos Paris (2005). Afrique Centrale: Cadres Juridiques et pratiques du pluralisme radiofphonique. Paris : Editions Karthala.

Institut Panos Paris (2013). A l'écoute des auditeurs : la radio propose, l'auditeur dispose... . *Le Cahier Médias pour la Paix-OGL*.

Institut Panos Paris, Le pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest, Tome 1 et 2, l'Harmattan, Paris, 1993.

International Media Support(IMS) (juin 2015). Les Médias Burundais pendant la crise électorale de 2015. *Silence Radio*. [Article en ligne]. Disponible sur : <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2015/07/radio-silence-burundi-fr-ims-2015.pdf>. [Visité le 25 juillet 2016].

Ismail, J.A. (2006) Somalia: Research Finding and conclusions. African Media Development Initiative, Londres: BBC World Service Trust (15-18).

ISTEEBU(2014). Enquête démographique et de santé du Burundi 2010 Disponible sur : <http://www.isteebu.bi/nada/index.php/catalog/4>. [Visité le 27 juin 2017].

Jankowski, N.W. (2002). The conceptual contours of community Media in Jankowski, NW (edit) Community media in the information age. *Perspectives and prospects*. EEUU, New York: Hampton Press Inc.

Joint declaration on diversity in Broadcasting" (April 2007) en Representative on Freedom of the media. Disponible sur: <http://www.osce.org/fom/29825?download=true> [Visité le 07 juillet 2017].

Juompan-Yakam, C (2010). La survie économique au programmes des radios. Disponible sur : <http://www.jeuneafrique.com/194828/societe/la-survie-economique-au-programme-des-radios/>. [Visité le 29 juin 2017].

Kabunda, M. (coord.) (2011). África y la Cooperación con el Sur desde el Sur. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Kabwigiri, C. (le 08 avril 2016). [Interview de Xinhua] disponible sur http://www.arib.info/index.php?option=com_content&task=view&id=14606. [Visité le 28 août 2016].

Kadki D., A. C. (2008). Les radios communautaires au Cameroun et la bonne gouvernance. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Kafewo, S. (2006). Ghana: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (18-24).

Kantar TNS (le 15 février 2017). Kantar TNS publie les résultats annuels d'Africascope 2016, l'étude média de référence en Afrique Sub-saharienne.

Karayenga, A. (le 20 mars 2011). Etats Généraux des Médias et de la Communication (EGMC), Gitega du 4 au 5 mars 2011. Bujumbura.

Khamalwa, J.W(Dr) (2006) Uganda: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (18-24).

Kimani, M (octobre 2007) La radio, instrument de réconciliation en Afrique Renouveau en <http://www.un.org/africarenewal/fr/magazine/october-2007/la-radio-instrument-de-r%C3%A9conciliation>.

Kimani, M. (octobre 2007). La radio, instrument de réconciliation . En Afrique Renouveau : <http://www.un.org/africarenewal/fr/magazine/october-2007/la-radio-instrument-de-r%C3%A9conciliation>.

Kodjoakou, E. (Responsable de Hit radio Afrique) (2014). *Discours prononcé Kodjoakou par Eli annonçant l'agrément de Hit Radio Afrique*. Bujumbura, 5 novembre. Disponible sur : <http://fr.africatime.com/burundi/articles/hit-radio-bientot-bujumbura>. [Visité le 16 février 2017].

La BAfD, OCDE, PNUD et CEA (2012). Perspectives économiques en Afrique 2012. Burundi. Disponible sur : <http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/Burundi%20Note%20de%20pays%20PDF.pdf>. [Visité le 12 août 2016].

Lafrance, J.P y Minaudo, V.S (1984). La radio en África. Una radio para el desarrollo. *Revista Actualidad*.

Ligue Burundaise des Droits de l'Homme « ITEKA » (juin 2016). Bulletin semestriel « ITEKA N'IJAMBO ». Novembre 2015-juin 2016, Bujumbura.

López V., J. I. (1997). *Radialistas apasionados*. Artes Gráficas Silva. Quito, 1997. Disponible sur : <http://www.haca.ma/refram/Doc%20REFRAM/ETUDE%20regulation%20Bilan%200et%20Perspectives%20FINAL.pdf>. [Visité le 29 juin 2017].

Ly, S (1993). Sénégal: le pluralisme radiophonique . *Institut Panos Paris* .Paris : L'Harmattan.

Maïga, MT, (2011). Mali-country assessment. *The African Charter on Broadcasting. A review of its impact in West Africa*. Panos Institute West Africa.

Maina, L. (2006). Kenya: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (18-24).

- Manirakiza J.C. (1997). L'ethnisation de la Presse au Burundi in Eva Palmans, E. (mai 2003). La liberté de la presse au Rwanda et au Burundi. *L'Afrique de Grands Lacs. Annuaire 2002-2003*, Anvers, pp. 47-70.
- Mano, W. (2011) Why Radio is African's Medium of choice in the global age. In Gunner, L et alt (eds) Radio in Africa. *Publics, cultures, communities*. Johannesburg: Edit. James Currey.
- Manyozo, L. (2009). Mobilizing Rural and community radio in Africa. *Ecquid Novi: African Journalism Studies Volume 30 (1)* EEUU: University of Wisconsin System.
- Manyozo, Linje (2009) Mobilizing Rural and community Radio in Africa, *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 30:1 (abstract).
- Maritz, J. (23 February 2011). Africa one of the last frontiers for advertising industry. Disponible sur: <https://www.howwemadeitinafrica.com/africa-one-of-the-last-frontiers-for-advertising-industry/>. [Visité le 29 juin 2017].
- Marysse, S. et Frank Van A. F. (décembre 2002). Les coûts de la guerre civile au Burundi: «Une décennie perdue». *Afrique des Grands Lacs. Annuaire 199-2000*. pp. 1-40. Disponible sur : <http://www.ua.ac.be/objs/00111061.pdf> [visité le 16 décembre 2016].
- Maury, F (le 18 février 2015). Lagardère, Hit Radio et Trace créent leurs radios en Côte d'Ivoire. Disponible sur : <http://www.jeuneafrique.com/225076/economie/lagard-re-hit-radio-et-trace-cr-ent-leurs-radios-en-c-te-d-ivoire/>. [Visité le 29 juin 2017].
- Mc Bride, S et al. (1987). *Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mediamétrie Communiqué de presse (8 février 2017). L'audience de la TV, de la radio et les usages Internet en Côte d'Ivoire- 2nd semestre 2016. Disponible sur : <http://www.mediametrie.fr/webmail/Afrique/Newsletter/Mars2017/infos.html#actu4>. [Visité le 29 juin 2017].
- Médiamétrie Communiqué de presse (8 février 2017). L'audience de la TV, de la radio et les usages Internet en Madagascar- 2nd semestre 2016.

Médiamétrie et KANTAR TNS (2017). Dossier : L'audience de la télévision et de la radio en Afrique. Adweknow Magazine. Lettre d'information sur la publicité et les médias en Afrique francophone subsaharienne. n°8, 27 février 2017. Disponible sur : <http://www.adweknow.com/dossiers/dossier-laudience-de-television-de-radio-afrique>. [Visité le 29 juin 2017].

Médiamétrie et KANTAR TNS (2017). Dossier: Les chiffres clés du marché publicitaire africain. Adweknow magazine. Lettre d'information sur la publicité et les médias en Afrique francophone subsaharienne. n°8, 27 février 2017. Disponible sur : <http://www.adweknow.com/dossiers/dossier-laudience-de-television-de-radio-afrique>. [Visité le 29 juin 2017].

Mendes, J (2008). Les radios communautaires et la gouvernance au Cap Vert. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Merayo, A. (2000). Para entender la radio. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

Mfuranzima, G. (2011). Les meedias de proximite et la formation des professionnels des meedias au Burundi. In Karayenga, A. (le 20 mars 2011). Etats Généraux des Médias et de la Communication (EGMC), Gitega du 4 au 5 mars 2011. Bujumbura.

MINURCA. Misión de la ONU en Centroáfrica. En <http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/past/car.htm>

MINURCA. Misión de la ONU en Sierra Leona. En <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/unamsil/>.

MONUC. Contribuyendo a restablecer paz y estabilidad en la RDC. En <http://www.un.org/es/peacekeeping/missions/past/monuc/>.

Mosquera, J.E. (27 de mayo de 2015). Burundi y sus conflictos. Disponible sur: <http://www.las2orillas.co/burundi-sus-conflictos/>. [Visité le 24 juillet 2016].

Moyo, D. (2011). Contesting Mainstream media Power. Mediating the Zimbabwe Crisis through Cladestine Radio. In Gunner, L et alt (eds). Radio in Africa. *Publics, cultures, communities*. Johannesburgo: Edit. James Currey.

Mucowintore, A. (Directrice de la Radio Destiny FM) (2016). *Discours prononcé Alice Mucowintore lors de l'inauguration de la Radio Destiny FM*. Bujumbura, 10 novembre. Disponible sur : <http://burundi-agnews.org/sports-and-games/burundi-nouveau-media-radio-destiny-fm-captee-sur-90-5-a-bujumbura/> . [Visité le 01 février 2016].

Muñoz, J.J. y Gil, C. (1994). *La Radio, Teoría y práctica*. Madrid: Editorial IORTV.
Mushizi N., K. (2008). Contraintes et enjeux de la radio communautaire en République du Congo. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Muthee, J. and Mhando, N. (2006). Tanzania: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (14-17).

Myers, M. (2009). Radio, convergence and development in Africa: Gender as a Cross-cutting Issue. Ruanda en <http://www.genderit.org/es/node/1948>.

Myers, M. (2010). Why radio matters. Making the case for radio as a medium for development. *Developing radio partners*.

Mytton, G (1997). 40 years of broadcasting from London in African languages. *Africa Bibliography 1996* <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/S026667310000622X>.

Mytton, G. (2000). From Saucepan to dish in Fardon and Furniss (edit) (2000). *African Broadcast cultures: Radio in transition*. Oxford: James Currey Publishers 2000.

Naciones Unidas. (2014). La situación demográfica en el mundo 2014. Informe conciso. Nueva York. En <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Concise%20Report%20on%20the%20World%20Population%20Situation%202014/es.pdf>.

Nana, T., J. (2012). Communication de la Présidente du Conseil Supérieur de la Communication du Mali.

National Geographic Society (2004). Atlas National Geographic África I Ed. RBA

Ndayizeye A. (2013). Les Radios catholiques face aux défis financiers : Cas de la Radio Maria Burundi. Bujumbura : Université du Burundi, Chaire UNESCO, Master Complémentaire en Journalisme.

Ndikumana, C. (2015). Médias et promotion de la paix dans la Région des Grands Lacs : Dix années d'efforts (2003-2013). *Médias d'Afrique vingt-cinq années de pluralisme de l'information (1990-2015)*. Paris : Karthala.

Ndikumaso, M. (juillet 2016). Quel avenir pour la Commission Vérité et Réconciliation du Burundi in *L'Afrique des Grands Lacs : Annuaire 2015-2016*, Anvers 2016, pp. 93-117.

Nduwimana E. (Ministère de l'Intérieur) (2015). *Discours prononcé par Eduard Nduwimana lors d'une séance plénière du Sénat. Bujumbura, 3 mars*. Disponible sur : <http://www.ppbdi.com/index.php/ubumwe/imibano/10-le-renouveau/1404-senat-seance-pleniere> [visité le 03/09/2016].

Nijimbere, J. (Ministre de la Santé Publique et Lutte contre le SIDA) (2017). *Discours prononcé par Josiane Nijimbere lors de la célébration de la journée mondiale de la population*. Bujumbura, 11 juillet : Journal parlé du 11 juillet à 19h00 sur la radio Isanganiro et dans le journal parlé du même jour à 19h30 sur VOA.

Nindorera, W., Capitant, S. et Ndarugirire, T. (octobre 2013). *Audit des médias par les médias, rapport final- version définitive*. Bujumbura : ABR.

Nouwligbèto, F. et Zato A. S. (2015). *La radio écoute ses auditeurs. Guide de l'Étude d'auditoire pour les radios locales en Afrique*. Catholic Media Council (CAMECO).

Ntahe, G. (novembre 2014). Les textes juridiques et déontologiques régissant les medias au Burundi. In *Manuel de Formation en Fondamentaux du Journalisme* (pp. 1-52). Bujumbura : Maison de la Presse du Burundi.

Ntiyanogeye, A. (avril 2008). *Le paysage médiatique du Burundi : des origines au lendemain des élections de 2005*. Bujumbura.

Nzeyimana, J. (novembre 2002). Lettre Panos Paris Africentr@lemedias n° 5 Observatoire de l'Action Gouvernementale (O.A.G.) asbl (septembre 2012). *Analyse du fonctionnement des Conseils Nationaux*. Bujumbura.

Ociepka, B (2014) *International Broadcasting: A tool of European public diplomacy?* in Stepinska, A *Media and communication in Europe*. Berlín: Logos

- Ojomo, O. W. et alt (2015). Making a case for Community radio in Nigeria. *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol 5, n° 8, August 2015. USA: Centre for promoting Ideas . Disponible sur; http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_5_No_8_August_2015/18.pdf (136-144) [Visité le 07 juillet 2017].
- ONU (13 Febrero 2016). La radio es un medio que puede salvar vidas en situaciones de emergencia. *Centro de noticias*. en <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=34437#.WZQINIFJY2x>.
- ONU Commission économique pour l'Afrique. (1^o août 2007) Situations des transports en Afrique. en http://endacacid.org/cidir/biblio/opac_css/doc_num.php?explnum_id=5.
- Onuci Fm deviendra "la radio de la paix" en mars. en <http://www.radiookapi.net/2017/02/27/actualite/en-bref/onuci-fm-deviendra-la-radio-de-la-paix-en-mars>.
- Open Society Foundations (2013). Public broadcasting in Africa series. An Overview. Johannesburg. South Africa: AfriMAP
- Ordispace. Radios partenaires. Disponible sur : <http://partenariat.rfi.fr> [Visité le 29 juin 2017].
- Organisation Internationale de la francophonie (OIF)(2014). La langue française dans le monde. Paris: Editions Nathan. Disponible sur : <https://www.francophonie.org/Langue-Francaise-2014/projet/Rapport-OIF-2014.pdf> [Visité le 29 juin 2017].
- Ortíz, M. A et Volpini, F (1995). Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas. Barcelon: Paidós Papeles de Comunicación 11.
- Osunkunle, O.O. (2008). Campus Based Radio stations as agents of social change in Post-Apartheid South Africa: An evaluative study. *Ejournalist.com.au Volum 8, n°1*. Disponible sur: <http://ejournalist.com.au/v8n1/Osunkunle.pdf> [Visité le 07 juillet 2017].
- Oya, C. y Begué, A. (2006). Los retos de la educación básica en África Subsahariana. Documento de Trabajo n°6, Madrid: Fundación Carolina y Fundación entreculturas.

Palmans, E. (mars 2005). Médias et élections au Burundi : l'expérience de 1993 et perspective pour 2005. *L'Afrique des Grands Lacs. Annuaire 2004-2005*. Anvers, pp. 47-70.

Palmans, E. (2008). Médias et politique en situation de crise : Le cas du Burundi. *L'Afrique des Grands Lacs*. Antwerpen, 2008.

Palmans, E. (février 2004). Les medias audiovisuels au Burundi. *L'Afrique des grands Lacs. Annuaire 2003-2004*. Anvers, pp. 85-108 Disponible sur : <http://www.ua.ac.be/objs/00111826.pdf> . [Visité le 16 décembre 2015].

Palmans, E. (mai 2003). La liberté de la Presse au Rwanda et au Burundi. *L'Afrique des Grands Lacs. Annuaire 2002-2003*. Anvers, pp. 47-70.

Palmans, E. (mars 2005). Les médias face au traumatisme électoral au Burundi. *Politique Africaine*, 2005/1 (n° 97). Université d'Anvers : Editions Karthala, p.66-81.

PDG du Groupe "Boygues"(Décembre 2013) : Bougane Gueye Dany Sans détours. [Interview exclusive]. Disponible sur : <http://assirou.net/?s=bougane+gueye>. [Visité le 29 juin 2017].

PNUD (2016). Informe Sobre Desarrollo Humano en África 2016. Acelerar los progresos en favor de la igualdad de género y del empoderamiento de las mujeres en África. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Dirección Regional de África.

Population Reference Bureau (PRB). Population and Gross National Income (GNI). Disponible sur : <http://www.prb.org/Publications/Datasheets/2015/2015-world-population-data-sheet.aspx> . [Visité le 29 juin 2017].

Population Reference Bureau (PRB). World Population Data Sheet (2015). Women's empowerment En: <http://www.prb.org/Publications/Datasheets/2015/2015-world-population-data-sheet.aspx> [Visité le 29 juin 2017].

Populations du monde. La population de chaque pays. Disponible sur : <http://populationsdumonde.com/fiches-pays/burundi>. [Visité le 28 juillet 2016].

Rémi, C. Sénégal: la concentration des médias, une arme à double tranchant. Disponible sur : <http://www.jeuneafrique.com/139363/culture/s-n-gal-la-concentration-des-m-dias-une-arme-double-tranchant/>. [Visité le 29 juin 2017].

Renaud, B. (2008). La Régulation des médias dans l'espace francophone. Bilan et perspectives.

République du Burundi (juillet 2012). Politique Nationale de Communication. Bujumbura.

République du Burundi, Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement. Convention Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (août 2001). Première communication Nationale. Disponible sur : <http://unfccc.int/resource/docs/natc/burnc1.pdf>. [Visité le 08 décembre 2015].

République du Burundi, Ministère de l'Eau, de l'Environnement, de l'Aménagement du Territoire et de l'Urbanisme (janvier 2010). Deuxième Communication Nationale sur les Changements Climatiques « DCNCC ». Bujumbura. Disponible sur : <http://unfccc.int/resource/docs/natc/burnc2.pdf>. [Visité le 13 juin 2017].

République du Burundi, Ministère de l'Intérieur, Bureau Centrale du Recensement (2008). Etat et structure de la population, Recensement General de la Population et de l'Habitat (RGPH) 2008, Volume 3, Tome 6. Disponible sur : https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1866/2008%20Burundi%20Population%20Survey_Status%20and%20Structure%20of%20Population.pdf [Visité le 25 juin 2017].

République du Burundi, Ministère de la Décentralisation et du Développement Communal du Burundi (2009). Communication du Ministre de la Décentralisation et du Développement Communal du Burundi. Disponible sur : <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan034617.pdf> [visité le 25 août 2016].

Restrepo , G. (1999). Aproximación cultural al concepto de territorio. *Revista Perspectiva Geográfica*. Biblioteca Virtual Banco de la República Bogotá.

Reyntjens, F. (1994). In Palmans, E. (2008). Medias et politique en situation de crise : Le cas du Burundi. *L'Afrique des Grands Lacs*. Antwerpen, 2008.

Reyntjens, F. (mai 2016). Chronique politique du Rwanda, 2015-2016. *L'Afrique des Grands Lacs : Annuaire 2015-2016*. Anvers, pp.257-278.

RIARC (2016). Un nouveau dispositif de monitoring des média audiovisuels pour la CSC. Lettre de RIARC Bulletin d'information du Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication n°001 de Juillet-Septembre 2016.

RIARC (le 10 nov.2016). Fin de la 8ème Conférence des Instances de Régulation de la Communication D'Afrique (CIRCAF). Cotonou. Disponible sur : <http://www.acran.org/fra/index.jsp>. [Visité le 29 juin 2017].

Ríos, X (2009). China y su papel en Africa. *Anuario Ceipaz*, 2, p. 202-203.

Roeck , M. et al. (July 2016). Special data feature institutions in Burundi and Rwanda : 20-year data overview (1995-2016) . *L'Afrique des Grands Lacs :Annuaire 2015-2016*. Antwerp, pp.9-50.

Rolt, R, V. V., H and Verhoeven, J.(2003). *The Power of the Media: A Handbook for Peacebuilders*. Utrech, Global Partnership for the Prevention of Armed Conflict.

Romano, V. (2003). Educación ciudadana y medios de comunicación. En http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/materiales/fin_de_siecle/VRomano%20_1_.pdf.

Romeo, F. (1997). *¿Qué onda con la radio*. Segunda reimpression. México: Alhambra Mexicana.

Rufyikiri, G. (juin 2016). Corruption au Burundi : Problème d'action collective et défi majeur pour la gouvernance. *L'Afrique des Grands Lacs : Annuaire 2015-2016*. Anvers, pp. 69-91.

S FCG. Radio for peacebuildings Africa. Disponible sur : www.sfcg.org [Visité le 28 juillet 2016].

Samb, M. (Automne 2009). Médias, pluralisme et organes de régulation en Afrique de l'Ouest. *Les cahiers du Journalisme n°20*, pp. 218-236.

Seck N., O, (2008) . Note sur le cadre législatif et règlementaire de la Côte d'Ivoire. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Seck N., O.(2008). Notes sur le cadre législatif et règlementaire au Cameroun. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Seck, I. (Dr) (2006). Senegal: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (15-18).

Sendín Gutiérrez, José Carlos. Comunicación y sociedades africanas. Una perspectiva introductoria. Lecciones del Portal. Portalcomunicación.com. http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=82.

SER (2016). Informe World Health Statistics. En http://cadenaser.com/ser/2016/05/17/sociedad/1463506009_847337.html.

Seremba S., H. (2010). Presse et organe de régulation au Burundi. Contribution à une analyse critique de la relation entre la Radio Publique Africaine et le CNC. Bujumbura : Université du Lac Tanganyika. Disponible sur : http://www.memoireonline.com/10/13/7509/m_Presse-et-organe-de-regulation-au-Burundi-contribution-a-une-analyse-critique-de-la-relation-entre17.html [Visité le 26 juillet 2016].

SLNG interviewe Wanda E. Hall de Radio Interactive pour la justice. en <https://www.un-ngls.org/index.php/francais/2011/1684-slng-interviewe-wanda-e-hall-de-radio-interactive-pour-la-justice>.

Sow, F. (2014). Women's community radio in Africa: the case study of Ginkiku FM in Senegal. Dissertation Presented to the School of Journalism and Communication and the Graduate School of the University of Oregon. Disponible sur: https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/18545/Sow_oregon_0171A_11128.pdf;sequence=1 [Visité le 07 juillet 2017].

SPHERA PUBLICA Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación Número 5 (2005). Murcia La radio española 1994-2004. Una década de consolidación y desencanto Dra. Montse Bonet Bagant Universitat Autònoma de Barcelona.

Statuts adoptés le 1er juillet 2007. Organisation de la francophonie. Disponible sur : http://democratie.francophonie.org/rubrique.php?id_rubrique=894. [Visité le 29 juillet 2016].

Sunzu, D. (février 2009). La contribution des médias à la consolidation de la paix en période post conflit au Burundi. Bujumbura : Université du Burundi, Chaire UNESCO, Master Complémentaire en Journalisme.

Talata M., M. (2008). Mali-country assessment. *The African Charter on Broadcasting. A review of its impact in West Africa*. Panos Institute West Africa.

Tam-Baryoh, D. (2006). Sierra Leona: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (16-19).

Tawileh, A. et Jaser, E. (2012). Community Radio in Africa Cost effective ICT.

Tchangari A. T., M. (2011). Niger- country Assesment. " *The African Charter on Broadcasting. A review of its impact in West Africa*. Panos Institute West Africa.

The mediae company (November 2015). Shamba Shape Up Series 5- Kenya. Knowledge, attitude and practices survey report.

Thiam T,, C y Sy, D (1997). Législations et pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest. Paris: Editions l'Harmattan.

Thiaw, M. L. (2010). Les ondes de paix en Afrique: l'exemple de radio OKAPI en République démocratique du Congo (RDC). Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures de l'Université Laval dans le cadre du programme de maîtrise en Communication publique pour l'obtention du grade de maître et arts.

Tidiane Thiam, C y Sy, D (1997) Legislations et pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest. Paris: Editions l'Harmattan.

Tool to connect geographically Dispersed Communities. *International Journal of Computer and Information Technology Vol 01, Issue 02, November 2012 (73-80)*. Disponible : https://pdfs.semanticscholar.org/7633/daa0b952198e222e222e83f105b537a7a5d49.pdf?_ga=2.35114849.1144426886.1498422223-556959436.1498422223 [Visité le 07 juillet 2017].

Tozzo, E.A. (2005). La réforme des médias publics en Afrique de l'Ouest. Servir le gouvernement ou le citoyen? *Politique africaine*, 2005/1 (n°97). Editions Karthala, p99-115. Disponible sur : <http://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2005-1-page-99.htm>. [Visité le 29 juillet 2016].

Tudesq A. J., (1997). « L'influence des radios et télévisions étrangères sur la vie politique en Afrique subsaharienne », Actes de congrès mondial de l'AISP, Séoul, pp. 356-375.

Tudesq, A.J. (2002). Médias et disparités géographiques en Afrique subsaharienne. In : Bart F. et alt (coord.)(2002). Regards sur l'Afrique. *Historiens et géographes*, n°379, pp 205-214.

Tudesq, A.J. (1998). L'espoir et l'illusion. Actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne. Talence. France: Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine. isbn 2-85892-248-9.

Tudesq, A-J (2002). L'Afrique parle, l'Afrique écoute. Les radios en Afrique subsaharienne. Paris: Karthal.

Tudesq, A-J. (2009). Médias et transfert de modèles, les radios de proximité en Afrique sub-saharienne: un modèle autochtone? Site Internet du Grer [<http://grer.fr/>].

UNESCO (2001). Le Séminaire international « Dix ans après : évaluations, défis, perspectives », (3-5 mai 2001, Windhoek, Namibie)" <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/media-development/public-service-broadcasting/unescos-action/>.

UNESCO (2004). Guide pratique des Centres Multimédia communautaires. Paris: UNESCO.

UNESCO (2014). Á l'Écoute du développement. Enquête comparative internationale sur les régulations en matière de radiodiffusion communautaire. Paris: Organisation des nations Unies pour l'Éducation, la Science et la culture.

UNESCO (2017). Informe de seguimiento al servicio de los pueblos y el planeta: creación de futuros sostenibles para todos. París: Edit. Organización de las naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la cultura.

UNESCO (2017). La educación es esencial en la prevención de los embarazos en la adolescencia. www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-

[international-agenda/education-for-all/single-view/news/education critical in preventing adolescent pregnancy/](#).

UNESCO. (2005). Hacia las sociedades del conocimiento. Informe mundial de la Unesco. Paris: UNESCO

UNESCO. Centres multimédia communautaires en Afrique. Disponible sur : <http://www.unesco.org/new/fr/dakar/communication-information/community-multimedia-centres-cmcs/> [Visité le 07 juillet 2017].

Universal Management group (2013). Final Evaluation Radio for peacebuilding Africa. en <https://www.sfcg.org/programmes/rfpa/pdf/rfpafinalreport.pdf>.

USAID (march, 2001). Media intervention in peace building in Burundi-The Studio Ijambo experience and impact, Greater Horn of Africa Peace Building Project.

Vandeginste, S. (juin 2016). Chronique politique du Burundi 2015-2016 in *L'Afrique des Grands Lacs : Annuaire 2015-2016*. Anvers, pp.51-68

Vicente, R. (2003). Educación ciudadana y medios de comunicación. Disponible sur: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/materiales/fin_de_siecle/VRo_mano%20_1_.pdf. [Visité le 29 juin 2017].

Vittin, T. E. (2002). L'impact des radios internationales en Afrique noire. In Tristan Mattelart. La mondialisation des médias contre la censure. *Médias-Recherches*, pp 81-102. De Boeck Supérieur.

VOA Broadcasting in Hausa to Africa. Disponible sur: <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-in-hausa-to-africa.htm> [Visité le 29 juin 2017].

Voulgre, E. et Netto, S. (2016) La radio scolaire : quelles formations pour les maitres au Burundi et en France?, Sticef, vol.23, 2016. En ligne sur : www.sticef.org [Visité le 14 avril 2017] et sur [https://www.researchgate.net/publication/303225123 La radio scolaire quelles formations pour les maitres au Burundi et en France](https://www.researchgate.net/publication/303225123_La_radio_scolaire_quelles_ormations_pour_les_maitres_au_Burundi_et_en_France). [Visite le 4 juillet 2017].

World Bank (1996). In André, C. (1996). Burundi : Evolution macro-economique. Disponible sur : <http://www.ua.ac.be/objs/00110964.pdf> [visité le 16 décembre 2016].

World Health Organization. (2016) World Health Statistics 2016. Monitoring Health for the SDGs. Switzerland. En http://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/2016/en/.

Xuzhong, Y. (Ambassadeur de la Chine au Burundi) (mai 2013). *Discours prononcée par Yu Xuzhong lors d'une cérémonie de lancement des émissions de la CRI*. Bujumbura, 12 mai. Disponible sur: <http://french.cri.cn/621/2013/05/15/304s324635.htm>. [Visité le 15 février 2017].

Yacoub, Z. (2008). Apperçu sur les radios communautaires du Tchad. *L'empouvoirement citoyen pour la bonne gouvernance à travers la radio communautaire en Afrique de l'Ouest*. AMARC Africa.

Yetna, J. P. (1999). Langues, média, communautés rurales au Cameroun: essai sur la marginalisation du monde rural. Paris: L'Harmattan.

Zahari O., J. (2006) Nigeria: Research Finding and conclusions. *African Media Development Initiative*. Londres: BBC World Service Trust (14-18)

Autres documents consultés

Radios Partenaires Afrique. Dossier enviado por Anne Roger.

Respuesta al cuestionario por correo electrónico enviado a Anne ROGER, Responsable Radios Partenaires | Direction de la Distribution et du Développement Afrique de RFI.

ARCT (2016). Le cahier de charges relatives à l'installation et à l'exploitation des stations de radiodiffusion sonore en modulation de Fréquence (FM) au Burundi

Cahier des charges de l'organe de presse dénommé « COLOMBE FM » (Burundi)

Cahier des charges de la Radio Ntumbero (Burundi)

Le Règlement d'Ordre Intérieur du Conseil National de la Communication (CNC) (Burundi)

Lettre de demande d'autorisation d'exploitation de la Radio Ntumbero FM du 24 mars 2015 (Burundi)

Cahier de Missions et Charges des radiodiffusions sonores et télévisuelles au Burkina Faso

Cahier de Charges applicable aux radios communautaires (Sénégal)

NCA Guidelines for the establishment and operation of community radio stations (Ghana)

Statuts de l'Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.JO.) du 27 janvier 2012 à la Maison de la Presse du Burundi.

Statuts de l'Association Ijwi Ryawe (A.I.R)

Statuts de l'Observatoire de la Presse du Burundi (OPB)

Statuts de l'Union Burundaise des Journalistes (UBJ)

Statuts de la Radio Ijwi ry'Umukenyezi.

Sites et pages web visités

Accion Contre el Hambre : <https://www.accioncontraelhambre.org/fr> [Visité le 27 juin 2017]

AFRICA GENERATION NEWS : <http://burundi-agnews.org/sports-and-games/burundi-media-nouvelle-radio-privee-radio-ntumbero-fm/> [Visité le 16 février 2017]

AFRICA GENERATION NEWS : <http://burundi-agnews.org/sports-and-games/burundi-un-pibhabitant-2-fois-meilleur-que-celui-de-2005/> [Visité le 29/11/2016]

AFRICA N°1 : <http://www.africa1.com/spip.php?rubrique26> [Visité le 27 juin 2017]

African Center of Meteorological Application for Development (ACMAD) :

<http://acmad.net/new/?q=en/pages/about-us> [Visité le 24 juin 2017].

Africatime.com Burundi : Hit radio, bientôt à Bujumbura :
<http://fr.africatime.com/burundi/articles/hit-radio-bientot-bujumbura> [Visité le 16 février 2017]

Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) :
<http://arct.gov.bi/> [Visité le 23 juillet 2016 ; le 29 septembre 2016].

Agence Pygma. Disponible sur : www.pygmacomms.com. [Visité le 29 juin 2017].

Agencia Cosse de Nigeria. Disponible sur : <http://www.cosseltd.com/>[Visité le 29 juin 2017].

Archive de documents de la FAO : Atelier international sur la Radio rural... :
<http://www.fao.org/docrep/003/x6721f/x6721f21.htm> [Visité le 23 juin 2017]

Archive Nationale des données du Burundi :
<http://www.isteebu.bi/nada/index.php> [Visité le 12 juin 2017]

Archives de l'UNESCO :
http://www.unesco.org/archives/new2010/fr/histoire_unesco.html [Visité le 25 octobre 2016]

Asociacion Mundial de Radios Comunitarias: <http://africa.amarc.org/> [Visité le 07 juillet 2017].

Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires (AMARC) (3mai 2008) : Principes pour une législation démocratique sur la radiodiffusion et la télévision Communautaire :
http://www.amarc.org/documents/14principes_FR.pdf [Visité le 07 juillet 2017]

Banco Mundial : El Banco Mundial en Africa. Africa: Panorama general:
<http://www.bancomundial.org/es/region/afr/overview> [Visité le 29 juin 2017]

Banco Mundial: Población rural (% de la población total):
<http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.RUR.TOTL.ZS?locations=ES-ZG>

Banque Mondiale : A propos : <http://www.banquemondiale.org/fr/who-we-are>
[Visité le 22 juin 2017]

BBC World Service. Africa : <http://www.bbc.co.uk/programmes/p018k4yn> [Visité le 27 juin 2017]

British Broadcasting Corporation (BBC):
<http://www.bbc.co.uk/programmes/p018k4yn>.

Broadcasting Act n°4 of 1999 in South Africa :
<http://www.gov.za/sites/www.gov.za/files/a4-99.pdf> [Visité le 07 juillet 2017]
Burundi (Carte du Burundi, 2016) : http://peaceoperationsreview.org/wp-content/uploads/2016/02/gpor_burundi_map_feb_2016.pdf [Visité le 27 juillet 2016]

Burundi A.I.S.B.L.: Le Burundi, cœur de l'Afrique : <http://www.burundi-aisbl.org/burundi.html> [Visité le 06 août 2016]

Burundi A.I.S.B.L.: <http://www.burundi-aisbl.org/> [Visité le 06 août 2016]
Burundi Population 2017 : <http://worldpopulationreview.com/countries/burundi-population/> [Visité le 28 juillet 2016]

Burundi: Estaciones: <http://tunein.com/radio/Burundi-r100316/> [Visité le 16 mai 2017]

Centre Jeunes Kamenge : <http://www.cejeka.com/Nous/QuiSommes.html> [Visité le 22 novembre 2016]

Centre National de Presse Norbert Zongo : DECRET N° 95-306/PRES/PM/MCC PORTANT CAHIER DES MISSIONS ET CHARGES DES RADIODIFFUSIONS SONORES ET TELEVISUELLES PRIVEES AU BURKINA FASO : <http://cnpress-zongo.org/spip.php?article63> [Visité le 27 juin 2017]

Chambre Fédérale de Commerce et d'Industrie du Burundi (CFCIB):
<http://cfcib.bi/> [Visité le 02 février 2017]

Commission Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples (ACHPR). Histoire de la Charte Africaine : <http://www.achpr.org/fr/instruments/achpr/history/>
[Visité le 29 juin 2017]

Confédération de Junior –entreprises Marocaines :

<http://www.lesafriques.com/actualite/petits-balbutiements-du-marche-publicitaire-senegalais.html?Itemid=89?article=106370> [Visité le 29 juin 2017]

Confédération Suisse : <https://www.eda.admin.ch/sdc> [Visité le 22 juin 2017]

Conseil National de l’audiovisuel (CNRA) : Le paysage, les radios, les télévisions :

<http://www.cnra.sn/do/le-paysage/> [Visité le 29 juin 2017]

Conseil National Régulation de l’Audiovisuel (CNRA) au Sénégal :

<http://www.cnra.sn/do/le-paysage/>

Conseil Supérieur de la communication (C.S.C.). Communication de la Présidente du Conseil Supérieur de la communication du

Mali : http://www.acran.org/fra/evenements/seminaie_benin2012/COMMUNICATIONS/COMMUNICATION_CSC_MALI.pdf [Visité le 29 juin 2017]

CRI Online: Radio Chine Internationale lance ses émissions en FM au Burundi :

<http://french.cri.cn/621/2013/05/15/304s324635.htm> [Visité le 15 février 2017]

Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH :

https://www.giz.de/en/html/about_giz.html [Visité le 23 juin 2017]

Developing

Radio

Parteners:

<http://www.developingradiopartners.org/whatwedo.html>

Environnement et développement du monde entier (enda) :

<http://endatiersmonde.org/institut/> [Visité le 26 juin 2017]

euromad. Espace d’échanges de pratiques de codéveloppement pour valoriser les migrants comme citoyens et acteurs du développement ici et là-bas:

<http://www.eunomad.org/fr/eunomad-and-network-members/the-members/320-%20gao-cooperazione-internazionale> [Visité le 26 juin 2017]

Expansion/Datos macros : <http://www.datosmacro.com/pib/burundi> [Visité le 28

Expert-comptable-international. info: <http://www.expert-comptable-international.info/fr/fiches-pays/burundi/le-contexte-economique-et-politique>
[Visité le 25 août 2016]

Farm Radio International: <http://www.farmradio.org/2012/08/09/farm-radio-international-scripts-now-available-in-swahili-and-hausa/>

Farm Radio International: <http://www.farmradio.org/about-us/>

FM Radio Stations in Burundi: <http://www.radio-africa.org/fm/fm.php?itu=Burundi®ion=mak> [Visité le 04 avril 2017]

Fondation Ford : <http://www.voltairenet.org/article13171.html> [Visité le 26 juin 2017]

Fondation Hironnelle : <http://hironnelle.org/en/radiondekeluka-central-african-republic>.

Fondation Roi Baudouin (FRB) : Agir ensemble pour une société meilleure : <https://www.kbs-frb.be/fr/About-us/What-we-do/Mission-vision-values> [Visité le 26 juin 2017].

Fondation Vie pour tous : http://www.fondation-viepour tous.org/fr_lire-1-decouvrir-lafondation#.WUwEdtSLRR0 [Visité le 22 juin 2017]

Free Press Unlimited : <https://www.freepressunlimited.org/en/news/burundi-elections-without-information-0> [Visité le 25 juillet 2016]

Genre en Action : <http://www.genreenaction.net/Agence-Canadienne-de-DeveloppementInternational.html> [Visité le 29 juin 2017]

Gouvernement du Burundi : <http://www.burundi.gov.bi/spip.php?article2>. [Visité le 25 juillet 2016].

HAAC : Haute Autorité. Cahier des charges portant obligations des Radios et Televisions au Togo : <http://www.haactogo.tg/?p=259> [Visité le 29 juin 2017]

Haute Autorité (HAAC) : <http://www.haactogo.tg/?p=259>

Haute Ecole de la Province de NAMUR, Baccalauréat en Coopération Internationale, Enseignement Supérieur Economique. Aide Internationale au Secteur des médias du Burundi : Analyse de l'efficacité et des effets pervers induits : Cas du PACAM2 : http://www.academia.edu/10002025/Aide_internationale_au_secteur_des_m%C3%A9dias_du_Burundi_analyse_de_l'efficacite_et_des_effets_pervers_induits_Cas_du_PACAM_2 [Visité le 23 mars 2017]

http://democratie.francophonie.org/rubrique.php3?id_rubrique=68
<http://waccglobal.org/who-we-are/our-organization/about-wacc> [Visité le 22 juin 2017]

http://www.amarc.org/documents/presentations/RC_gouvernance_et_developpement_au_Rwanda.pdf [Visité le 26 juin 2017]

<http://www.haca.ci/operateur.php?ID=1&p=4>

<http://www.haca.ci/operateur.php?ID=1&p=4> [Visité le 29 juin 2017]

http://www.ilo.org/dyn/normlex/fr/f?p=NORMLEXPUB:13100:0::NO::P13100_COMMENT_ID:2117696 [Visité le 09 janvier 2017]

<http://www.indexmundi.com/map/?v=39&r=af&l=fr> [Visité le 27 juin 2017]

<http://www.panos-ao.org> [Visité le 07 juillet 2017]

http://www.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/59/national_reviews/burundi_review_beijing20.ashx [Visité le 07 octobre 2016]

idec.cdi: La democracia de hoy en Africa: <http://idc-cdi.com/news/la-democracia-de-hoy-en-africa/> [Visité le 29 juin 2017]

Inama Nkenguzamateka (Senat/Burundi) : http://www.senat.bi/?page_id=645 [Visité le 30 août 2015]

Institut de Recherche pour le Développement (IRD) en France : <https://www.ird.fr/l-ird/historique> [Visité le 26 juin 2017].

INTER PRESS SERVICE (Agencia de noticias) : www.ipsnoticias.net [Visité le 07 juillet 2017].

Irenees.net : Un site de ressources pour la paix : http://www.irenees.net/bdf_fiche-acteurs-91_fr.html [Visité le 17 février 2017]

IRIN : L'info. au cœur des crises (Guinée) : <http://www.irinnews.org/fr/report/68614/guin%C3%A9e-le-gouvernement-autorise-la-cr%C3%A9ation-de-radios-priv%C3%A9es>

IRIN. L'info. au cœur des crises (13 avril 1999). Le Gouvernement autorise la création de Radios privées. Conakry : <http://www.irinnews.org/fr/report/68614/guin%C3%A9e-le-gouvernement-autorise-la-cr%C3%A9ation-de-radios-priv%C3%A9es> [Visité le 29 juin 2017]

ISTEEBU, Direction Générale (juin 2017) : Indice des prix à la consommation des ménages au Burundi : <http://www.isteebu.bi/images/Indicesdesprix/ipc%20juin%202017.pdf> [visité le 29 juin 2017]

Jeune Afrique (18 février 2015): Lagardère, Hit Radio et Trace créent leurs Radios en Côte D'Ivoire: <http://www.jeuneafrique.com/225076/economie/lagard-re-hit-radio-et-trace-cr-ent-leurs-radios-en-c-te-d-ivoire/> [Visité le 29 juin 2017]

Jeune Afrique : Burundi : La commission Vérité et Réconciliation voit enfin le jour : <http://www.jeuneafrique.com/38355/politique/burundi-la-commission-v-rit-et-r-conciliation-voit-enfin-le-jour/> [Visité le 03 novembre 2016]

Journal officiel de la République de Mali: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/mli153245.pdf> [Visité le 07 juillet 2017]

KANTAR TNS : <http://www.tns-sofres.com/communiqués-de-presse/kantar-tns-publie-les-resultats-annuels-dafricascope-2016-letude-media-de-reference-en-afrique-sub-saharienne> [Visité le 29 juin 2016]

KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG : Kenya Office : <http://www.kas.de/kenia/en/about/> [Visité le 22 juin 2017]

Lesotho Communications Authority : http://www.lca.org.ls/index30c8.html?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=102 [Visité le 29 juin 2017]

Ligue Burundaise des Droits de l'Homme ITEKA: <http://www.ligue-iteka.bi/index.php/a-propos-de> [Visité le 18 octobre 2016]

Maison de la Presse Du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/formation/> [Visité le 25 juillet 2016]

Maison de la Presse Du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/historique/> [Visité le 25 juillet 2016]

Maison de la Presse Du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/OPB/LA-LIBERTE-DE-LA-PRESSE-SARRACHE> [Visité le 26 juillet 2016]

Maison de la Presse Du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/OPB/RENFORCEMENT-DES-CAPACITES-DE-JOURNALISTES-EN-MATIERE-DE-REFORME-ET-DE-DEVELOPP> [Visité le 26 juillet 2016]

Maison de la Presse Du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/OPB/VALIDATION-DU-CODE-DE-DEONTOLOGIE-JOURNALISTIQUE-ET-DES-STATUTS-DE-LOPB/> [Visité le 26 juillet 2016]

Maison de la Presse Du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/presentation/> [Visité le 25 juillet 2016]

Mc Cann Johannesburg: <http://mccann.co.za/> [Visité le 29 juin 2017]

Mc Kinsey & Company: <http://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-rise-of-the-african-consumer> [Visité le 27 juin 2017]

Médiamétrie: <http://www.mediametrie.fr/radio/communiques/l-audience-de-la-television-de-la-radio-et-de-la-presse-a-madagascar.php?id=1615>. [Visité le 29 juin 2017]

Médiamétrie: <http://www.mediametrie.fr/radio/communiques/mesure-d-audience-de-la-tv-de-la-radio-et-l-usage-des-reseaux-sociaux-au-senegal.php?id=1617> [Visité le 27 juin 2017]

Médiamétrie: Mesure d'audience et études media en Afrique : <http://www.mediametrie.fr/webmail/Afrique/Newsletter/Mars2017/infos.html#actu4> [Visité le 27 juin 2017]

Naciones Unidas. Centro de Informacion: México, Cuba y Centro Africana:
<http://www.cinu.org.mx/onu/estructura/mexico/fond/unifem.htm> [Visité le 29 juin 2017]

National Broadcasting Commission (NBC) :
http://www.nbc.gov.ng/uploads/nbc_documents/1494416213-NBC%20Code%206TH%20EDITION.pdf [Visité le 07 juillet 2017]

National Broadcasting Commission (NBC) <http://www.nbc.gov.ng/uploads/broadcast/Nigeria-Broadcasting-code.htm> [Visité le 29 juin 2017]

National Broadcasting Commission (NBC): Nigeria Broadcasting (5th Edition, 2010): <http://www.nbc.gov.ng/uploads/broadcast/Nigeria-Broadcasting-code.htm>

Observatoire de la Presse du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/576/> [Visité le 05 octobre 2016]

Observatoire de la Presse du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/825/> [Visité le 05 octobre 2016]

Observatoire de la Presse du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/presentation/> [Visité le 11 mai 2017]

Observatoire de la Presse du Burundi: <http://www.maisondelapresse-burundi.org/opb/rapport-semestriel-de-monitoring-des-medias-periode-de-novembre-2013-a-avril-2014/> [Visité le 26 juillet 2016]

Omedia Group(Etude de marche et analyse des médias) : <http://www.omeia-group.com/page.php?page=pays-d-intervention> [Visité le 27 juin 2017]

Omedia Group(Etude de marche et analyse des médias) : <http://www.omeia-group.com/page.php?page=qui-sommes-nous?> [Visité le 27 juin 2017]

ONU FEMMES: <http://www.unwomen.org/fr/about-us/about-unwomen>

Open Society Initiative for Southern Africa : <http://www.osisa.org/Programme> [Visité le 23 juin 2017]

Organisation Internationale de la Francophonie :

<https://www.francophonie.org/LOrganisation-internationale-de-la-Francophonie-42707.html> [Visité le 22 juin 2017]

Organisation Mondiale de la Sante (OMS) : <http://www.who.int/countries/bdi/fr/>
[Visité le 25 juillet 2016]

Oxfam Intermon : <http://www.oxfamintermon.org/es/quienes-somos> [Visité le 25 juin 2017]

Panos Eastern Africa: <http://www.panosea.org/> [Visité le 27 juin 2017; le 07 juillet 2017]

Panos Europe : <http://www.panoseurope.org/content/qui-sommes-nous> [Visité le 26 juillet 2016]

Panos Europe : <http://www.panoseurope.org/PROJETS/BURUNDI-LES-RADIOS-BURUNDAISES-AU-SERVICE-DE-LA-CONSOLIDATION-DE-LA-PAIX-ET-DE-LETAT-DE-DROI> [Visité le 26 juillet 2016]

Panos Europe : <http://www.panoseurope.org/projets/burundi-plan-daction-commun-dappui-aux-medias-pacam> [Visité le 26 juillet 2016]

Panos Grands Lacs : <http://www.panosgl.org/> [Visité le 05 août 2016]

Panos Grands Lacs : <http://www.panosgl.org/projets/plan-daction-commun-dappui-aux-medias-2-pacam-2> [Visité le 05 août 2016]

Panos Grands Lacs: <http://www.panosgl.org/projets> [Visité le 05 août 2016]

Panos Institute Southern Africa: <http://www.panos.org.zm> [Visité le 07 juillet 2017]

Plan d'Action Commun d'Appui aux Médias (PACAM): <http://www.maisondelapresse-burundi.org/pacam/> [Visité le 17 octobre 2016]

Populations du Monde : Population de chaque pays (Burundi) : <http://populationsdumonde.com/fiches-pays/burundi> [Visité le 28 juillet 2016]

Proyecto de incom UAB: Institut de la comunicacio. Universitat Autonoma de Barcelona: http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=82

Publication de Presse Burundaise (PPB) : <http://www.ppbdi.com/index.php/ubumwe/imibano/10-le-renouveau/1404-senat-seance-pleniere> [Visité le 03 septembre 2016]

Radio « La Voix de l'Amérique » : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-to--central-news-africa.html> VOA Broadcasting to Central Africa .

Radio France Internationale (RFI) : <http://www.rfi.fr/contenu/entreprise> .

Radio Maria Burundi: <http://www.radiomaria.bi/principes-inspirateurs/> [Visité le 04 avril 2017]

Radio Maria Burundi: <http://www.radiomaria.bi/rmb-qui-es-tu/> [Visité le 04 avril 2017]

Radio Rural de Kayes : <http://agriprofocus.com/organisation/radio-rurale-de-kayes> [Visité le 26 juin 2017].

Radio Scolaire NDERAGAKURA : <https://radionderagakura.com/> [Visité le 15 mai 2017]

Radios Solares, acción en Africa:
<http://solarfotovoltaica.blogspot.com.es/2006/08/radios-solares-accin-en-frica.html>
[Visité le 29 juin 2017]

Recueil des textes fondamentaux de la Haute Autorité de l'AUDIOVISUEL ET DE LA Communication (HAAC). FES, Benin : <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/benin/10923.pdf> [Visité le 07 juillet 2017]

Refworld : <http://www.refworld.org/docid/4ba79aae2.html> [Visité le 07 juillet 2017]

Reliefweb, Interagency Contingency Plan- Burundi 2015 Elections : <http://reliefweb.int/report/burundi/interagency-contingency-plan-burundi-2015-elections> [Visité le 09 août 2016]

Recensement General de la Population et de l'Habitat (RGPH 2008) au Burundi : http://unstats.un.org/unsd/demographic/meetings/wshops/Mali_3Nov08/docs/Presentations/Burundi_SN.pdf [Visité le 29 juillet 2016]

Réseau Africain/Africa Network:
http://www.mediafrica.net/ComAfr_Display.asp?Id=14702&Op=View [Visité le 26 juillet 2016]

Réseau Francophone des Régulateurs des médias (REFRAM) : CNC Burundi :
<http://www.refram.org/membres/Burundi> [Visité le 16 septembre 2016]

RFI Planète Radio : <http://www.rfiplaneteradio.org/fr/presentation/>
RFI: Les voix du Monde: <http://www.rfi.fr/mfi/20140124-burundi-journalistes-liberte-ubj-presse-constitution/> [Visité le 05 octobre 2016]

Saber es práctico. Densidad de Población de los 54 Países de África (hab/km²) (2016). Disponible sur: <https://www.saberespractico.com/demografia/densidad-de-poblacion-de-los-paises-de-africa/>. [Visité le 29 juin 2017]

Saber es práctico. Número de Habitantes de los Países de África (año 2017). Disponible sur: <https://www.saberespractico.com/demografia/poblacion-de-los-paises-de-africa-actualizado/> . [Visité le 28 juin 2017].

Saber es práctico: <https://www.saberespractico.com/demografia/densidad-de-poblacion-de-los-paises-de-africa/> [consultado el 29 de junio de 2017].

Search for Common Ground: <https://www.sfcg.org/> [Visité le 09 février 2017].

Sida : <http://www.sida.se/English/About-us/Our-mission/> [Visité le 22 juin 2017]

SNV : <http://www.snv.org/about-us/organisation> [Visité le 27 juin 2017]

Terra Nuova : Centro per il volontariato onlus : <http://www.terranuova.org/>
[Visité le 26 juin 2017]

The Association of Religion Data Archives (ARDA) :
<http://www.thearda.com/internationalData/>[Visité le 27 juin 2017]

The Association of Religion Data Archives (ARDA):
<http://www.thearda.com/internationalData/>

The Independent Media of Sierra Leone :
<http://mic.gov.sl/Portals/0/IMCCodes.pdf>

Uganda Rural Development & Training Programme (URDT) :

<http://urdt.net/index.php/about-us.html?start=1> [Visité le 27 juin 2017]

Universidad de La Laguna : <https://www.ull.es/publicaciones/latina/> [Visité le 27 juin 2017].

UNMISS en <https://unmiss.unmissions.org/>.

USAID (FROM THE AMERICAN PEOPLE): <https://www.usaid.gov/who-we-are/usaid-history> [Visité le 21 juin 2017].

VOA Broadcasting in Bambara to Mali : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-bambara-to-mali.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting in French to Africa <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-in-french-to-africa.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting in Hausa to Africa <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-in-hausa-to-africa.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting in Portuguese to Africa : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-in-portuguese-to-africa.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting in Swahili : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-in-swahili.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting to the Central Africa: <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-to--central-news-africa.html>[Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting to the Horn of Africa : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-to-the-horn-of-africa.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting in Somali : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcating-in-somali.html> [Visité le 27 juin 2017]

VOA Broadcasting in Zimbabwe : <https://www.insidevoa.com/p/voa-broadcasting-to-zimbabwe.html> [Visité le 27 juin 2017]

Water Aid : <http://www.wateraid.org/> [Visité le 27 juin 2017]

World Association of Community Radio Broadcasters : ¿Que es AMARC ?:
<http://www.amarc.org/?q=es/node/129> [Visité le 07 juillet 2017]

World Association of Community Radio Broadcasters : <http://www.amarc.org/>
[Visité le 27 juin 2017 ; le 07 juillet 2017]

www.eservices.gov.gh/MCA/SitePages/Guidelines-Community-Radio-Stations.aspx [Visité le 07 juillet 2017].

Décrets, Lois, Arrêtés, Ordonnances Ministérielles, Constitutions et décisions

Act 1998 Communications Authority of Kenia (KENYA)

Act 2013 Laws of Ugand The Uganda Communication Commission (UGANDA)

Act No. 4 of 2012 Lesotho Communications Authority (LCA), (LESOTHO)

Act No.12 of 2003 to regulate the electronic communications, and Postal services, and management of the national frequency spectrum in the United Republic of Tanzania. Tanzania Communications regulatory Authority (TCRA) (TANZANIA)

Act n°36 Electronic communications, 2005 [Government gazette, 18 april 2006] (Afrique du Sud)

Act n°38 of 1992 National Broadcasting Commission (NIGERIA)

Act of 2000, amended in 2005. Independent Communications Authority of South Africa (AFRIQUE DU SUD)

Act of 2012 The Botswana Communications Regulatory Authority (BOTSWANA)

Act of Parliament 2001 Broadcasting Authority of Zimbabwe providing for the functions, powers and duties of the Authority.(ZIMBAWE)

Act, 2009 (Act No.8 of 2009) Communications Regulatory Authority of Namibia (NAMIBIA)

Arrêté Loi n°001/31 du 07 juillet 1993, portant révision du Code du Travail au Burundi

Arrêté portant cahier de charges et obligations générales des sociétés des radiodiffusion sonores et télévisions privées. (septembre 2011) Autorité de l'Audiovisuel du Togo.

Art, 9.7.1 Nigerian Broadcasting Code (Nigeria)

Art. 33 Proclamation n° 533/2007 [Federal Negaritzgazeta of Federal democratic Republic of Ethiopia 3 July 2007]

Communication Authority Act 524 de 1996 Haute Autorité de la Communication (GHANA)

Dahir n° 1-02-212 du 22 jourmada II 1423 (31 août 2002) Haute Autorité de la communication audiovisuelle (modifié 2003; 2007; 2008) (MAROC)

Décision du CNC n° 100/CNC/07/08 du 23 mai 2008 portant agrément de la Radio Umuco FM au Burundi

Décision du CNC n° 100/CNC/2013 du 07 /10/2013 portant autorisation de la Radio « COLOMBE FM » au Burundi

Décision n°100/CNC/04/04 du 25/10/2004 portant Cahier des charges et des missions des sociétés privées de Radiodiffusion, télévisuelle et sonore au Burundi

Déclaration des radios associatives et communautaires de l'Afrique Centrale réunies à Kinshasa du 19 au 22 mars 2001. Disponible sur : http://www.acrimed.org/IMG/article_PDF/D-claration-adopt-e-la-rencontre-de-Kinshasa_a536.pdf

Décret- loi n° 1/ 006 du 10 Décembre 1998 portant création de la province de Mwaro

Décret- loi n° 1/ 29 du 24 septembre 1982 portant délimitation des provinces et communes de la République du Burundi, décrétant que la République du Burundi est constituée par 15 provinces

Décret N° 95-306/PRES/PM/MCC portant cahier des missions et charges des radiodiffusions sonores et télévisuelles privées au Burkina Faso (2011)

Décret n°100/182 du 30 septembre 1997 portant création de l'Agence de Régulation et de Contrôle des Télécommunications (ARCT) au Burundi

Décret n°100/60 du 5 avril 2016 portant organisation et fonctionnement du Ministère des Postes, des Technologies de l'Information, de la Communication et des Medias au Burundi

Décret n°2000/158 du 03 avril 2000 fixant les conditions et modalités de création et d'exploitation des entreprises privées de communication audiovisuelle au Cameroun. Disponible sur : <http://www.spm.gov.cm/documentation/textes-legislatifs-et-reglementaires/article/decret-n2000158-du-03-avril-2000-fixant-les-conditions-et-modalites-de-creation-et-dexploitation.html> [Visité le 07 juillet 2017]

Décret n°2000/158 du 03 avril 2000 fixant les conditions et modalités de création et d'exploitation des entreprises privées de communication audiovisuelle (CAMEROUN) disponible sur : <http://www.spm.gov.cm/documentation/textes-legislatifs-et-reglementaires/article/decret-n2000158-du-03-avril-2000-fixant-les-conditions-et-modalites-de-creation-et-dexploitation.html>

Décret n°2012/038 du 23 Janvier 2012 portant réorganisation du Conseil National de la Communication (CAMEROUN)

Décret n°100/02 du 07 janvier 2014 portant organisation du passage à la diffusion de contenus audiovisuels par voie hertzienne en mode numérique au Burundi

Décret n°100/237 du 07 septembre 2011 portant création de l'Office Burundais du droit d'Auteur et des droits voisins (Burundi)

Décret n°95/3047PRES7PM7MCC du 1^o août 1995 Conseil Supérieur de l'information (BURKINA FASO)

Décret-loi N° 2011-116 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la communication audiovisuelle. (TUNISIE)

Décret-loi n°1/01 du 04 février 1992 réglementant la presse au Burundi

Independent Media Commission Act, 2000 6 of June 2000 Independent Media Commission (IMC) (SIERRA LEONA)

Law N° 09/2013 of 01/03/2013 Rwanda utilities regulatory Authority (RWANDA)

Lei 18/91 de 10 de Agosto (Lei de Imprensa) Conselho Superior da Comunicação Social (CSCS) da República de Moçambique (MOZAMBIQUE)

Lei n°6/91 De 3 de Outubro Conselho nacional de Comunicação social A (NGOLA)

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.[BOE, núm. 79, 01/04/2010]

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.[BOE, núm. 79, 01/04/2010]

Ley organique 92-021 du 21 août Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (Bénin)

Ley organique n°14-91 du 24 mars 1992 Conseil National de la communication (Gabon)

Loi n° 36 de 2005 . Electronic communications, 2005 [Government gazette, 18 april 2006] (Tchad)

Loi 24 juillet 2002 Commission Nationale des Média (NMC) (GAMBIE)

Loi 449 de 1993 Commission Nationale des Media (GHANA)

Loi n° 90/052 du 19 décembre 1990 relative à la liberté de la communication Sociale (CAMEROUN)

Loi n° 97-010 du 20 août 1997 portant libéralisation de l'espace audiovisuel (Benin)

Loi n° 1/18 du 29 septembre 2007 , Conseil National de la Communication (BURUNDI)

Loi n° 89-09 du 2 mars 1998, Haut Conseil de l'Audiovisuel (SENEGAL)

Loi n° 91-1001 du 27 décembre 1991 fixant le régime de la communication audiovisuelle.

Loi n° 92-038 du 24 décembre 1992 **Conseil Supérieur de la Communication (MALI)**

Loi n°1/010 du 18 mars 2005 portant promulgation de la constitution de la République du Burundi

Loi n°1/021 du 30 décembre 2005 portant protection du droit d'auteur et des droits voisins au Burundi

Loi n°1/025 du 27 novembre 2003 régissant la presse au Burundi

Loi n°1/03 du 24 janvier 2013 portant révision de la loi n°1/18 du 25 septembre 2007 portant missions, composition, organisation et fonctionnement du Conseil National de la Communication (CNC) (Burundi)

Loi n°1/10 du 26 Mars 2015 Portant création de la Province de Rumonge et délimitation des provinces de Bujumbura, Bururi et Rumonge

Loi n°1/11 du 04 juin 2013 régissant la Presse au Burundi

Loi n°1/15 du 09 mai 2015 régissant la presse au Burundi

Loi n°1/18 du 15 mai 2014 mettant en place la Commission Vérité et Réconciliation (CVR) par le Gouvernement du Burundi

Loi n°12-PR-94 du 9 Avril 1994 (modifiée par La loi 19/PR/2003 14 avril portant composition, attributions et fonctionnement du Haut Conseil de la Communication) Haut Conseil de la Communication (TCHAD)

Loi n°2004-644 du 14 décembre 2004 (CÔTE D'IVOIRE)

Loi n°20-2000/AN du 28 juin 2000 (modifiée en 2005) Conseil Supérieur de la Communication (BURKINA FASO)

Loi n°6/91 Conseil National de Communication (GUINÉE BISSAU)

Loi organique L 2010/003/CNT du 23 juin 2010 La Haute Autorité de la Communication (Guinée)

Loi organique L/91/006 Conseil National de la Communication (Guinée)

Loi organique n°11/001 du 10 janvier 2011, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication (RDC)

Loi organique n°2001-006 de juin 2001, Conseil Supérieur de la Communication (Niger)

Loi organique n°2004-021 du 15 décembre 2004, Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la communication (Togo)

Ordonnance Ministérielle n° 530/708 du 16/09/2002 portant enregistrement de Menya Media ASBL (Burundi)

Ordonnance Ministérielle n°530/0273 du 10 novembre 1994 portant révision de l'ordonnance n°550/029 du 6 février 1991 portant agrément de la Ligue Burundaise des Droits de l'homme « Iteka »

Ordonnance Ministérielle n°530/040 du 20 janvier 1997 portant agrément de la Maison de la Presse du Burundi (MPB)

Ordonnance Ministérielle n° 530/094 du 26 février 1997 portant création de l'Association des Femmes Journalistes du Burundi (A.F.JO.)

Ordonnance Ministérielle n° 530/1885 du 26 /11/2012 portant agrément de l'Association sans but lucratif dénommée « Association Ijwi Ryawe » « A.I.R » en sigle (Burundi)

Ordonnance Ministérielle n°530/319 du 09 avril 2004 portant agrément de l'Organisation des Médias de l'Afrique Centrale (OMAC) au Burundi

Ordonnance n° 2014-006 du 21 janvier 2014 Haute Autorité de la Communication (MALI)

Ordonnance n° 34-2006 du 26 Octobre 2006 Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel (HAPA) (MAURITANIA)

Ordonnance N° 93-31 du 30 mars 1993, portant sur la Communication audiovisuelle. JO N° sp. 12 du 25 juin 1993 Níger

Ordonnance n°2011-75 du 30 avril portant érection du Conseil National de la communication audiovisuelle en Haute Autorité de la communication audiovisuelle. (CÔTE D'IVOIRE)

Ordonnance n° 04.020 deu 31 décembre 2004 portant creation du Haut Conseil de la Communication (Centrafrique)

Arrêté portant cahier de charges et obligations générales des sociétés des radiodiffusion sonores et télévisions privées. (septembre 2011) Autorité de l'Audiovisuel du Togo.

Nigerian Broadcasting Code, La loi n° 97-010 du 20 août 1997 portant libéralisation de l'espace audiovisuel (Nigeria)

Proclamation n° 533/2007 [Federal Negaritzgazeta of Federal democratic Republic of Ethiopia 3 July 2007] (Ethiopie)

Convention portant création du réseau des instances africaines de régulation de la communication. Disponible sur : <http://www.acran.org/fra/index.jsp>. [Visité le 29 juin 2017]

Personnes interviewées

Analyste et observateur des médias au CNC, les dates de 29 septembre 2016, de 17 novembre 2016, et du 16 juin 2017

Ciza Desire, Directeur de la Radio Voix d'Espoir, le 13 avril 2016

Cubahiro Pacifique, Journaliste de la Radio Isanganiro, le 10 juillet 2017

Employé de l'ARCT, les dates du 01 février et 24 mars 2017

Fabrice, Journaliste de la Radio Fréquence Menya, le 13 avril 2016

Gateka Saxe Perry, Directeur et Fondateur de la Radio Humuriza FM, le 21 juin 2016, le 31 mars 2017

Giramahoro Richard, President du CNC, le 15 avril 2015

Harubuntu Onesime, Directeur de la Radio Ivyizigiro , avril 2016 ; le 23 décembre 2016, les dates de 07 et 08 février 2017, le 31 mars 2017

Igirubuntu Josiane, Journaliste de la Radio Agakiza, le 21 avril 2016

Inamahoro Josiane, Directrice Generale de la Radio Salama, le 13 avril 2016

Majambere Lazare, Agent de l'ARCT, avril- mai 2017

Manimfashe Thierry, vendeur des radios et autres matériels électroniques, le 31 mars 2017

Maniradukunda Samson, Directeur a.i, de la Radio Isanganiro, le 14 avril 2016

Manirambona Silas, vendeur des téléphones, le 31 mars 2017

Masengo Leo, Directeur de la Radio Bonesha FM, Le 08 avril 2017

Mnana Assumani, Directeur de la radio Colombe FM, les dates du 15 avril 2016 et du 10 février 2017

Mugisha Aline, Responsable du service Marketing à la Radio Umuco FM, le 31 mars 2017

Nahimana Jean de Dieu, licencié en Communication sociale

Ndayiragije Jean Bosco, Journaliste de la RPA Ngozi, le 31 mars 2017

Ndikumana Cyprien, Président de l'IPGL, Le 14 février 2017

Nicizanye Jackson, employé d'Intel, Région Nord, le 31 mars 2017

Nininahazwe Gilbert, Chef de la section Marketing à la RTNB (les deux chaînes confondues), le 05 avril 2017

Niyongabo Jean Claude, journaliste de la RTNB, les dates de 21/04/2016, de 04 avril et 05 avril 2017

Niyubahwe Elysé, Directeur la radio UMUCO FM, les dates 17 avril 2016, du 08 février 2017, du 04, 25 et 27 avril 2017, du 15 mai 2017, du 12 mai 2017, du 02 mai 2017 et du 21 juin 2017

Nkurunziza Claude, Directeur de la Radio Rema FM, le 13 avril 2016

NKURUNZIZA Nestor, Chef de mission adjoint de la Benevolencija à Bujumbura-Burundi, le 01 septembre 2016

Rusuku Isabelle, Directrice de la RIU, le 15/04/2016

Sabushimike Gorgon, Directeur de la Radio Scolaire Nderagakura, le 13 avril 2016

Sindayizeruka Cyrille, Redacteur en chef de la Radio Maria Burundi, le 14 avril 2016

Twimana Fleury, Journaliste de la Radio Humuriza FM, les dates du 05 décembre 2016, du 27 avril 2017, du 15, 16 et 30 mai 2017, du 03 juin et 11 juin 2017

Un journaliste de la Radio Culture, le 13 avril 2016

Un cadre de l'UBJ, le 06 septembre 2016

Courriers électroniques

Yvette Ihorimbere, Coordonnatrices des projets à la Radio Fréquence Menya :
ihoryve@yahoo.fr

Niyongabo Jean-Claude, journaliste de la RTNB : gszniyo@yahoo.fr

Mnana Assumani, Directeur de la radio Colombe FM: mnana634@yahoo.fr

Bageni Come, Analyste et observateur des médias au CNC Burundi:
cbageni@yahoo.fr

Cubahiro Pacifique: pacicu21@gmail.com

Directeur de l'Alphabétisation à Bujumbura : ndimado@gmail.com

Harubuntu Onésime, Directeur de la radio Ivyizigiro: harubonesime@yahoo.fr

Majambere Lazare: lazare.m@arct.gov.bi

Ndacayisaba Goretti, Présidente de l'Association Dushirehamwe:
ndamagos@yahoo.fr

Ndayegamiye Jen Mitterrand, actuel Directeur de la RIU: nmitterrand@yahoo.fr

Ndenzako karerwa Jean-Claude, Executive Editor & Translator Presidential Press-
Republic of Burundi : claude.karerwa@burundi.gov.bi

Ndikumana Cyprien, Président de Panos Grands Lacs :
cyprien.ndikumanag@gmail.com

Niyonkuru Samirou , Agent provincial chargé de la protection civile :
niyosamir2000@yahoo.fr

Niyubahwe Elysé, Directeur de la radio Umuco FM: niyelys@yahoo.fr

Niyungeko Onesphore, Directeur de la radio Star FM:
niyungekoonesphore@yahoo.com

Nshimirimana Amidou, Professeur de l'Université de Ngozi :
mixamidou@yahoo.fr

Ntamagara Jean-Jacques, Directeur de la radio CCIB FM+ : ntajj@yahoo.fr

Rusuku, Isabelle Directrice de la RIU (au cours de la période d'enquête, mars-juin
2016): isarusu@yahoo.fr

Twimana Fleury, Journaliste de la Radio Humuriza FM : twi.fleury@yahoo.fr

