

Beltrán S., Luis Ramiro (1974) Radioforos en zonas rurales para un desarrollo nacional.
Boletín Radiodienst-UNDA-AL (Uruguay) no. 54:3-32. Agosto.

boletín

SUMARIO

PRESENTACION

RADIOOROS EN ZONAS RURALES PARA UN DESARROLLO NACIONAL
(Luis mi Beltrán) 3

UNDA - INFORMACIONES 33

RUEDA DEL DIALOGO 35

Agosto 1974

radiodienst unda al 54

Estimado Amigo:

Una vez más tenemos que referirnos al II ENCUENTRO DE TRABAJO de UNDA / AL RADIODIENST VOX CHRISTIANA para ampliar y confirmar los temas y las experiencias que compartimos en Lima, Perú, del 6 al 17 de Mayo.

En el BOLETIN de Junio No. 52 se daba cuenta del resultado positivo que anejó la evaluación del trabajo realizado durante los últimos cuatro años. Sin embargo, es todavía más satisfactorio comprobar que SERPAL, fiel a sus objetivos de servicio al hombre latinoamericano, no solo hizo una buena labor, sino que ha acumulado energía, experiencia y capacidades que garantizan nuevos y acientos éxitos para la etapa que te inició con el II Encuentro.

Más allá de lo que podría esperarse de una Consulta sobre el tema específico de la Población, el Encuentro constituyó un promisorio punto de partida para una coordinación cada vez más eficaz entre dos importantes instituciones cristianas de Comunicación Social en América Latina Latina: WACC y UNDA /AL.

La Consulta ha sido una conquista a nivel interno de la Iglesia porque se ha beneficiado la causa de la unidad. Ha sido además, una conquista hacia afuera, a nivel pastoral, porque se han encontrado fuerzas hermanas para dar testimonio y para ser fermento, en calidad de comunicadores, del cambio que el Evangelio exige frente a las "situaciones de pecado" del Continente, que en la Consulta sobre Población volvieron a presentar su dramática y avasalladora realidad.

En el ámbito de los principios que inspiran a SERPAL, el Encuentro también significó el comienzo de una nueva reflexión en profundidad. El análisis de las "ideologías" subyacentes en el fenómeno de la Comunicación Social en América Latina; su estudio y sistematización es una apasionante tarea para todos nosotros durante los próximos años.

Esto último, en el campo de las actividades, incide en la preocupación que tenemos de que cada Oficina Nacional promueva "productores" y en la conveniencia de que los "usuarios" no sean simplemente difusores del material que se les proporciona, sino miembros de un equipo de estudio y evaluación, en la medida de lo posible.

La formación de "productores", la investigación grupal y la evaluación fueron metas de trabajo propuestas en nuestro Encuentro.

A nivel jurídico también se dió un paso más. UNDA /AL sumó a las obras realizadas durante los últimos cuatro años su constitución interna. Aprobó sus estatutos, nombró los directivos y estableció las regiones en que se realizará una coordinación intracontinental.

La eficiencia demostrada y el impulso recibido en el II Encuentro fundamentan nuestra común esperanza de que esta evaluación prospectiva ha comenzado ya a ser una realidad.

LA REDACCION

RADIOFOROS EN ZONAS RURALES PARA UN DESARROLLO NACIONAL

(Luis Ramiro Beltrán)

Introducción

La comunicación social, por el hecho mismo de ser una realidad humana, tiene que ser algo imperfecto. La ciencia no puede producir la fórmula universal para el comportamiento infalible en la comunicación. Ni puede tampoco esperarse que la tecnología construya, en algún momento, el instrumento todopoderoso de la comunicación.

En otros términos, no puede existir el medio óptimo de comunicación que sirva para todo fin y que sea superior a todos y cada uno de los otros canales de comunicación. Ni pueden encasillarse los canales en una escala que vaya de los mejores a los peores solamente sobre la base de sus características intrínsecas. Su efectividad depende, en último término, de circunstancias variables, i. e.: quién quiere comunicar, qué cosa, a quién, dónde, cuándo y con qué fin. Cada cual tiene sus ciertas ventajas y sus ciertas limitaciones. Ningún canal tiene todas las ventajas y ninguna de las limitaciones. Preguntarse, por lo tanto, qué canales son per se y necesariamente superiores a qué otros, no tiene sentido. De la misma manera, los esfuerzos por encontrar un ganador absoluto entre los medios masivos y los canales interpersonales es algo vano e inútil.

Debido al propósito que se fijan ciertas funciones, algunos mensajes se harán llegar a algunas audiencias con mayor efectividad a través de determinados canales. Así pues, la selección del canal no puede ser algo arbitrario si se quiere que la comunicación sea eficaz.

Por lo general, pero no necesariamente, la comunicación multi-canalizada es más efectiva que la mono-canalizada. De hecho, siempre que esté a su alcance a frontarlo, los profesionales de la comunicación usan dos o más canales al mismo tiempo para transmitir su mensaje a la misma audiencia. La conveniencia de usar un recurso adicional es obvia.

Pero parecería haber algo más que una mera ganancia adicional en determinadas combinaciones de canales.

Ciertos tipos especiales de eslabonamiento permiten operar los canales "concurrentemente" más que consecutivamente. Un medio de comunicación de masas como la radio, por ejemplo, puede ser usado en contacto inmediato, constante e íntimo con un grupo como sería un grupo de discusión organizado.

En esas circunstancias, las ventajas de un canal parecen compensar las limitaciones del otro. El resultado de la combinación específica parece ser, pues, la multiplicación de las virtudes de ambos canales.

Este trabajo está dedicado a dos de esos tipos de combinación: los radioforum y las radio-escuelas. Presentamos aquí solamente la parte del trabajo dedicado a los radio-forum. Durante los últimos veinte años, ambos han dado muestras de ser sorprendentemente efectivos en la educa-

ción de las masas rurales en orden al desarrollo nacional. La experiencia más importante con radio-forums ha tenido lugar en la India, y la más altamente significativa con radio-escuelas ha ocurrido en Colombia.

Aquí se hará un esfuerzo por conceptualizar esas estrategias en vistas a poder estudiarlas sistemáticamente. Una vez que la naturaleza de las estrategias haya sido redefinida, la atención central del trabajo se dirigirá a describir con cierto detalle, la experiencia de la India y la de Colombia, con algunas breves notas complementarias sobre Ghana, y sobre El Salvador y Honduras, respectivamente.

Esas reconceptualizaciones y esfuerzos por compendiar son indispensables para hacer posible un análisis comparativo ulterior y una investigación más amplia de donde surjan determinadas proposiciones teóricas. Sin embargo, estos dos últimos objetivos no pueden ser atendidos en el presente trabajo.

El capítulo primero, trata en general de los méritos de la combinación de canales. El capítulo segundo presenta brevemente un modelo teórico inicial de radio-forums y explica el origen de ellos. El capítulo tercero se concentra en describir la experiencia de radio-forum obtenida en Poona, India. El capítulo cuarto y último, describe principalmente la experiencia colombiana con las escuelas radiofónicas.

A pesar de la escasez de investigación existente sobre esas estrategias, ambas muestran ser muy efectivas si ciertos prerequisites se hallan presentes en su puesta en práctica. Su valor en el proceso de modernización puede difícilmente ser cuestionado. Su impacto dependerá, sin embargo, de la habilidad y precisión con que los usen las agencias para el desarrollo.

CAPITULO I

LOS MERITOS DE LA COMBINACION DE CANALES

La expresión comunicación impersonal se refiere a una situación en la que la fuente del mensaje no se pone en contacto directo con el que lo recibe. Por ejemplo, la gente que escucha un programa de radio no ve al speaker. Como tampoco el articulista de un diario observa a sus lectores a medida que estos recorren su artículo. Para la fuente, entonces, la audiencia constituye una "masa", un compuesto ambiguo y abstracto de gente. Quien es fuente de mensaje no puede distinguir individuos en la masa porque en su intento por comunicarse no se da un encuentro interpersonal.

La expresión comunicación interpersonal se refiere a una situación en que fuente y receptor están directamente ligados mirándose el uno al otro al mismo tiempo y en el mismo lugar. Nadie tiene que mediar entre ellos para que tenga lugar la comunicación. Ejemplos de comunicación interpersonal son un padre hablando a su hijo, un profesor dando una clase a sus alumnos, un promotor agrícola reunido con un grupo de agricultores. La relación existente en esas instancias es de naturaleza personal. Es decir, que la fuente puede individualizar a sus receptores y estos a su vez dársele a conocer en persona.

La virtud principal de la comunicación interpersonal es que establece una doble corriente de comunicación. De esta forma, cuando "A" dice algo a "B", "A" puede inmediatamente y personalmente

te verificar las respuestas que "B" da a su mensaje. Basado en esa observación, "A" puede rápidamente auto-evaluar su comportamiento comunicativo y rápidamente modificarlo de manera de adaptar su mensaje a las reacciones variantes de "B".

Por lo demás, al estar metidos en comportamientos o conductas del tipo ida y vuelta, "B" pasa de ser receptor a ser fuente, mientras que a su vez "A" se traslada del rol de fuente al de receptor. Alternadamente, pues, cada uno va desarrollando la función activa de la comunicación (producir mensajes) tanto como la función pasiva (consumir mensajes). Esto ayuda a aliviar considerablemente las dificultades inherentes a los esfuerzos de la gente por comunicarse.

El "feedback" a través del contacto directo es, por lo tanto, un aspecto claramente ventajoso de la comunicación interpersonal comparada con la comunicación impersonal.

Esta ventaja, sin embargo, se ve amenazada por las fuertes limitaciones del tamaño y ubicación de la audiencia que acompañan inevitablemente a la comunicación interpersonal.

Puede, sin duda, ser mucho más efectivo para intentar persuadir a un individuo al hablarle personalmente que el enviarle un libretto. Pero sólo muy poca gente puede ser contactada en persona en forma rápida y económica.

En cambio, los libretos, o la radio, la prensa, el cine y la televisión, pueden contactar en forma rápida, e incluso simultáneamente, miles o millones de individuos que están físicamente separados los unos de los otros. Y a menudo pueden hacerlo a costos moderados por unidad de audiencia a la que se llega. Pero lo que ganan en extensión lo pierden en propiedad y profundidad.

Una amplia audiencia al precio de menor impacto del mensaje.

Un mayor impacto del mensaje al precio de una audiencia más pequeña. Esa relación inversa está en el corazón de las diferencias entre los medios impersonales e interpersonales de la comunicación social.

Pero otras diferencias son también importantes. Por ejemplo, se sabe que los medios masivos son más efectivos para fortalecer las actitudes existentes y formar otras nuevas, que para cambiar las actitudes existentes. Los canales interpersonales, por contraste, son muy efectivos para modificar las actitudes establecidas. (Klapper, 1965).

En forma similar, se ha visto que los canales interpersonales son más efectivos que los impersonales para sobreponerse al proceso de selectividad (1) que aparentemente se opera en la gente en cuanto receptora de mensajes.

(1) Cierta investigación ha mostrado que la gente consume mensajes a través de un mecanismo psicológico de filtrado por el cual toma, fragmentariza, deforma y refunde los mensajes de forma de hacerlos congruentes con sus creencias y sentimientos existentes. Esas conductas selectivas afectan la exposición, la percepción y la retención de los mensajes, y ayudan a la gente a mantener el equilibrio psicológico. (Klapper, 1965)

En último término, el margen de libertad para poder seleccionar la audiencia -la habilidad para determinar su composición- es muy estrecho en los canales masivos mientras que es muy amplio en los interpersonales.

Una síntesis comparativa de la mayoría de esas características centrales de los dos tipos de medios se expone en la Tabla I.

TABLA I
SINTESIS COMPARATIVA DE LAS CARACTERISTICAS DE LOS MEDIOS MASIVOS Y DE LOS CANALES INTERPERSONALES

CARACTERISTICAS	TIPOS DE CANAL	
	Interpersonal	Impersonal
1. Facilidad para el "feedback"	Alto+	Bajo-
2. Rapidez del "feedback"	Alto+	Bajo-
3. Habilidad para elegir la audiencia	Alto+	Bajo-
4. Habilidad para sobreponerse a los procesos de selectividad	Alto+	Bajo-
5. Habilidad para inducir el cambio de actitud	Alto+	Bajo-
6. Habilidad para llegar simultáneamente a una audiencia desparramada	Bajo-	Alto+
7. Rapidez en la distribución del mensaje	Bajo-	Alto+
8. Número de gente a la que se puede llegar	Bajo-	Alto+

Nota: Los factores en los cuales las diferencias entre los dos tipos de canales son mínimas o no del todo nítidas, se dejaron fuera de esta síntesis. Un ejemplo de lo primero es la habilidad para inducir un cambio cognoscitivo; ninguno de los dos tipos muestra una ventaja definida sobre el otro respecto de eso. Un ejemplo de lo último es el costo por unidad de audiencia a la que se llega con el medio; mientras que las producciones de los medios masivos son mucho más baratas que las operaciones de la comunicación interpersonal, las actividades de los medios de masas implican altos costos de inversión inicial y equipamiento.

1.- La Naturaleza de la Combinación de Canales
 Como ya dijimos, la estrategia de la combinación de canales consiste esencialmente, en el acoplamiento de dos o más canales de comunicación para llegar a una misma audiencia.

Esta estrategia, como lo muestra la Tabla I, es altamente productiva porque junta las virtudes de los canales de masa y de los interpersonales, que de lo contrario permanecerían separadas. Las ventajas de un canal compensan las desventajas del otro. Se suplementan, pues, y se refuerzan uno al otro.

No hay, sin embargo, nada nuevo ni extraordinario en esta estrategia tal como ha estado siendo usada en todo el mundo. De hecho, los hombres se han estado aprovechando de la combinación de canales desde hace bastante tiempo, e incluso a niveles muy elementales de comunicación.

Por ejemplo, cuando alguien percibe que las palabras solas no la alcanzan para hacer llegar su mensaje a otros, tiende naturalmente a hacer algo para superar esa deficiencia. Los gestos, ademanes, bosquejos o dibujos son algunos de esos recursos, como también la convergencia audio-visual que se da en la televisión. El hombre conoce las dificultades que encuentra a menudo si intenta comunicarse a través de un solo medio: oral, visual o escrito. De ahí que los combine.

Un ejemplo muy simple puede aclarar aún más este punto. Pensemos en alguien que quiere comunicarle a otro la dirección de su casa. Primero, podría intentar decirle simplemente su dirección. Si ve que esto no basta para que quede clara su información, podría repetir las palabras pero esta vez acompañadas con expresiones faciales más enfatizadas y con movimientos de las manos indicando posiciones y direcciones. Por último, puede darle también al otro su tarjeta e incluso dibujarle al dorso un mapita con la ubicación de su casa.

En un episodio tan bueno y simple se habrían dado varias combinaciones de canales. Tanto el canal oral como el visual habrían sido usados, y el último en tres formatos: cinético, gráfico y escrito.

Por supuesto que situaciones más complejas de comunicación requerirán canales más sofisticados y combinaciones más difíciles y costosas. Pero en el fondo la estrategia es la misma en todos los casos: decir algo a través de más de un medio a la vez.

Lo que es diferente en algunas de las combinaciones es la forma en que se ejecuta el eslabonamiento de los canales y la cercanía en el tiempo con que son operados. Una cosa es, por ejemplo, transmitir un mensaje por radio para volverlo a transmitir algunos días o semanas más tarde pero a través de una conversación cara a cara con cada individuo.

Y otra cosa es transmitir ese mensaje por radio sabiendo que se está siendo escuchado por grupos estables y organizados de gente que vive en distintos lugares, y que inmediatamente después de oír el mensaje lo discutirán bajo la guía de líderes entrenados.

El último tipo de combinación aventaja sin duda al anterior. La ventaja está en la inmediatez del eslabonamiento, la oportunidad de la interacción grupal, y la conducción de la discusión por guías capacitados.

Sin embargo, cada uno de los dos tipos de combinación tiene un rol que jugar en la comunicación.Cuál se debe preferir es algo que, una vez más, varía según las circunstancias particulares.

2. La Efectividad de la Combinación de Canales.

En muchas partes del mundo, los expertos de la comunicación han estado usando varias combinaciones de canales con diversos propósitos, logrando obtener un éxito considerable. Dos suposiciones parecen estar detrás de su adhesión a esta estrategia:

1. El uso combinado de canales es más efectivo que el uso por separado.
2. Dicha efectividad aumenta a medida que crece el número de canales combinados.

Los estudios empíricos tienden a confirmar esos enunciados teóricos, particularmente en el caso de combinaciones entre canales de comunicación impersonales e interpersonales.

Hovland, Lumsdaine and Sheffield (1965) compararon la combinación de una lectura y un film, con el uso exclusivo del film, en un caso de entrenamiento a personal militar sobre lectura y de mapas. La combinación demostró ser mucho más efectiva que el film solo. Los mismos investigadores probaron también que la efectividad de la combinación conferencia-filminas era mayor que la alcanzada con el uso exclusivo de la tira de filminas. Una vez más, la combinación mostró ser superior. En ambos casos, la superioridad era atribuible no sólo a la confluencia fortalecedora y recíproca de los dos tipos de estímulo, sino también a la ventaja que aporta la participación de la audiencia cuando se da lugar al "feedback".

Después de analizar varias investigaciones de naturaleza similar a las mencionadas, Klapper (1965) concluyó que el uso múltiple de medios contribuiría siempre a aumentar la probabilidad del éxito persuasivo. Entre las razones encontradas por los investigadores para probar eso, Klapper recopiló las siguientes:

1. Las combinaciones logran hacer llegar el mensaje a las audiencias hasta ciertos puntos distintas que tiene cada medio.
2. Proporcionan resultados reales e inmediatos.
3. Tienen una elevada intensidad de atracción.
4. Confieren un lugar de importancia tanto al comunicador como a la audiencia.

La contribución decisiva que el canal impersonal aporta a la combinación, puede ser explicada muy bien en términos del pequeño grupo de investigación conducido por Kurt Lewin y sus ayudantes. Olmstead (1959) sintetizó los principales hallazgos de esos experimentos. Tres generalizaciones claras acerca del cambio de actitud (y algunas veces acerca del cambio patente de conducta) surgen de la síntesis:

1. Es más fácil provocar un cambio grupal que un cambio individual aislado.
2. Es más probable que el cambio grupal sea aceptado si se da lugar a la participación en la decisión.
3. Los efectos del cambio grupal duran mucho más que los del cambio individual aislado.

En forma similar, tres ventajas han sido identificadas por Schramm (1965) en las situaciones de comunicación de la categoría medio de masas-más-discusión:

1. Los aprendices parecen seguir mejor las lecciones cuando las siguen grupalmente que cuando las escuchan individualmente.
2. Es más fácil conseguir feedback en circunstancias grupales que en condiciones individuales.
3. Es más fácil a veces persuadir a la gente en situaciones grupales que en situaciones individuales.

Se ve allí, una vez más, que la clave de la notable efectividad de la comunicación del tipo medio masivo-interpersonal, está en la fuerza del contacto cara a cara que caracteriza al componente interpersonal de la estrategia. Esto, sin embargo no debería llevar a subestimar la contribución que el canal masivo hace a la combinación. Es solo mezclándolos que aumentan los efectos de cada uno.

Más argumentos en favor de las combinaciones de canales podrían salir de algunos campos de investigación a los que se haya relacionado el estudio de la comunicación.

Por ejemplo, parecerían poderse aplicar al campo de la comunicación los descubrimientos psicológicos en el área del aprendizaje y de la percepción. Ellos han podido indicar que los seres humanos aprenden mejor por lo general cuando se combina el uso de dos o más sentidos que cuando se descansa sobre uno solo de ellos.

En resumen, parece haber poca duda respecto de la efectividad poco común de las estrategias de mezclado de canales. Pero los factores responsables de dicha efectividad exigen todavía mayor investigación.

Se debe evitar con todo, el caer en la trampa de un entusiasmo indiscriminado. Primero, porque en muchas circunstancias es posible lograr una comunicación muy efectiva sin combinación. Segundo, porque la mera suma de vehículos de transmisión no resulta necesariamente en una comunicación superior. Tercero, porque no se conoce combinación alguna capaz de satisfacer todos los propósitos, mensajes y audiencias. Una experiencia muy significativa que respalda lo dicho anteriormente, es la investigación conducida por Spector, Torres y otros (1963) entre campesinos ecuatorianos.

Se buscaba probar comparativamente la efectividad del uso de:

1. La radio sólo
2. La radio más la discusión personal
3. La radio más la discusión, más audiovisuales
4. Audiovisuales sólo.

Los mensajes propiciaban la adopción de cuatro innovaciones diferentes, cada una de las cuales requería un gasto diferente para ponerla en práctica. Las innovaciones eran:

1. Construcción de una letrina
2. Construcción de una cocina con campana y chimenea
3. Preparación de una mermelada
4. Aceptar vacunarse contra la viruela.

Se crearon grupos experimentales y de control para cada una de las situaciones. El nivel promedio de alfabetismo de los grupos era de 76,6 % y el promedio de años de escuela de 3,6.

En las cuatro innovaciones, los grupos experimentales mostraron una definida superioridad sobre los grupos de control; como lo dejaban ver las diferencias notables que se registraron entre los respectivos niveles de adopción de las innovaciones.

Más allá de ese resultado general, el experimento constituyó una demostración gráfica de que:

1. Las combinaciones de canales son superiores al uso de un solo canal, pero que
2. Eso no es incondicionalmente así, y de que
3. El uso independiente de un canal sigue siendo una estrategia adecuada para ciertos propósitos de comunicación.

De hecho, la combinación radio-más-audiovisuales-más discusión, mostró una neta superioridad sobre los audiovisuales solos, y más todavía, sobre la radio sola, en lo que toca a la enseñanza de ciertas habilidades. Pero, en lo que mira a proveer información y a inducir a la toma de decisión, la radio sola fue superior.

Nuevos surveys realizados seis y nueve meses más tarde, confirmaron la superioridad de la radio, usada independientemente, como proveedor de información y como medio para facilitar la adopción de la innovación. Se volvió a verificar la superioridad de la radio como estimulante para poner en práctica la acción innovativa, pero sólo en caso de innovaciones no muy complejas la fabricación de mermelada.

Sin embargo, esos nuevos surveys mostraron también que la combinación personal-interpersonal, e incluso los audiovisuales solos, eran superiores a la radio en términos de:

1. Uso continuado de las innovaciones adoptadas, y
2. Nivel de calidad de lo producido por los innovadores a consecuencia de la comunicación

Debe tenerse en cuenta además el hecho de que para aquellos campesinos el uso mismo de la radio era una innovación ya que se montó una estación de radio provisoria y se proveyó de aparatos receptores a quienes participaban de la experimentación. Quizás, pues, parte del impacto de la radio como canal independiente se podría atribuir a la novedad misma de su presencia entre campesinos que no habían tenido acceso a ella.

Pese a todo, el experimento llevado a cabo en Ecuador constituye un testimonio digno de confianza para verificar empíricamente la noción de que los canales de comunicación -sean personales o impersonales, y se los use aislados o combinados- no depende exclusivamente de la naturaleza per se de los canales. Depende también -y mucho, según esa investigación- de la naturaleza de las intenciones de la fuente, de la naturaleza de los mensajes que se deriva de esas intenciones y, por supuesto, de las características de la audiencia a la que se busca llegar.

Una lección que se debe aprender de lo anterior es que mientras las combinaciones de canales pueden, por cierto, ser a menudo mucho más efectivas que las estrategias de canal-único,

dicha superioridad puede asegurarse sólo cuando una rigurosa planificación precede al intento de comunicación.

Afirmar esto no es nada demasiado nuevo, como es obvio también que ese vale para cualquier otro tipo efectivo de comunicación. Pero, desafortunadamente, dicha advertencia no es tenida en cuenta en la práctica de la comunicación.

3. La Planificación de las Combinaciones

Parecería evidente que ninguna estrategia de comunicación puede tener éxito a menos que el comunicador se base en un conocimiento adecuado de la audiencia.

Una vez que el comunicador ha llegado a conocer bien a su audiencia, debe definir con la misma claridad la intención que tiene al comunicarse, y desglosar en forma precisa y ordenada, el contenido de su mensaje. Las estrategias no pueden ser formuladas en el vacío. El comunicador debe tener una idea cristalina de adónde quiere llegar, es decir, qué espera exactamente que su receptor piense, sienta y haga como consecuencia de su mensaje.

Sólo entonces puede ponerse a decidir qué combinación de canales será más conveniente para transmitir este mensaje a esta audiencia con este propósito determinado. Para llegar a esta decisión, el estratega tiene que responder preguntas como las siguientes:

1. ¿La combinación debería ser intra-canal, inter-canal o ambas?
2. ¿La combinación debería ocurrir simultáneamente, consecutivamente o de ambas maneras?
3. ¿La combinación resultará como fruto de la simple coordinación del uso actual de los medios existentes, requerirá el montaje de nuevos canales, o la situación demandará ambas cosas?

La combinación intra-canal consiste en el uso de dos o más versiones del mismo tipo de medio. Por ejemplo: tres diarios diferentes; o una serie de demostraciones de campo; o dos cartas circulares; o una red de canales de televisión.

La combinación inter-canal consiste en el uso de dos o más versiones pertenecientes a dos o más tipos diferentes de medio. Por ejemplo, el uso de un diario, una estación de televisión, y veinte demostraciones de campo; o de dos revistas, un poster, la exhibición de un film, y veinte estaciones de radio.

Ambos tipos de combinación son efectivos. Sin embargo, la combinación inter-canal es por lo general la más efectiva de las dos. Pero al mismo tiempo su realización será más difícil de implementar y más costosa. Este es el tipo de factor que el estratega debe considerar al contestar la primera pregunta que se propuso.

La segunda pregunta se refiere al catalogado de las transmisiones.

Un mensaje puede ser enviado al mismo tiempo a través de múltiples canales. La audiencia podrá atender a un canal a la vez, pero la disponibilidad concomitante de más de un medio hará aumentar las probabilidades de la recepción del mensaje.

El mensaje podría también ser transmitido por un canal a una hora determinada y por otro más tarde. La variedad de canales disponibles en esta situación puede ser similar a la de la anterior, sólo que en la presente los canales son usados uno después del otro. En un caso la transmisión es paralela y en el otro en serie. Ambas posibilidades son útiles, pero ninguna de las dos muestra una clara superioridad sobre la otra.

La comunicación concurrente multi-canalizada puede atraer más fácilmente a grandes audiencias, pero será por lo general bastante cara.

La comunicación consecutiva multi-canalizada puede conducir a efectos más profundos y duraderos, pero sufrirá problemas de discontinuidad y de menor poder de atracción.

Las combinaciones concurrentes son características de las "campañas" o períodos cortos de esfuerzos intensivos de persuasión.

En cambio, la combinación consecutiva es un formato standard de esfuerzos de persuasión cotidianos y de largo alcance.

Lo último toca al problema de la disponibilidad de canales. Es, por cierto, indispensable para el estratega el conocer concretamente qué canales están a su disposición para formar combinaciones. Pero la disponibilidad no se refiere solamente al acceso a los medios que ya se usan ordinariamente, sino también a qué canales deberían y podrían ser montados en vistas a la transmisión de un mensaje particular.

Un agente de extensión agrícola, por ejemplo, puede servirse de medios ya establecidos tales como una estación de radio o un encuentro mensual de la cooperativa de agricultores. Pero puede que tenga también que "construir" a menudo otros canales tales como demostraciones, visitas a granjas, a ferias rurales, etc.

Por lo tanto, el estratega tendrá que decidir si usa canales "permanentes", "temporarios", o ambos, y en este caso, en qué proporciones.

Esta decisión dependerá tanto de la disponibilidad de recursos humanos y materiales como del objetivo que el comunicador tiene en su mente.

Hay también consideraciones adicionales de importancia en la tarea de seleccionar combinaciones.

El costo es una de las más evidentes. A menudo, una comunicación que es técnicamente ideal para una situación dada, es económicamente inaccesible al comunicador. En general, el uso conjunto de canales no es una alternativa barata.

El tiempo y el espacio son también elementos naturalmente significativos. ¿Cuándo debe ocurrir la combinación y por cuánto tiempo? ¿Dónde se encuentran las audiencias a las que se quiere llegar? Factores como esos que no pertenecen a las características de los canales en sí mismos, son, sin embargo, cruciales para la formulación de la estrategia. En resumen, digamos que toda estrategia de combinación implica de hecho un doble fenómeno

meno de combinación. Uno es el juntar los atributos intrínsecos más deseables de dos o más canales. El otro es el de conjugar todos esos aspectos propios de los medios con los elementos de planificación que mencionamos sucintamente y que en sí no tiene que ver con los medios de comunicación.

Es sólo a través de este proceso, es decir, a través de la combinación armoniosa de los factores pertenecientes a los distintos medios con las variables ajenas de por sí a los medios, que una estrategia de combinación de medios de comunicación puede resultar en una reacción o amalgama superior a la de sus ingredientes.

CAPÍTULO II

EL RADIO FORUM RURAL: UNA EXPERIENCIA SOBRESALIENTE

1.- La Naturaleza del Radio Forum Rural

¿Qué es el radio forum rural? La pregunta puede ser respondida desde el punto de vista del comunicador y desde el punto de vista de quienes reciben la comunicación.

Desde el primero, el "forum" se define como un tipo de estrategia de combinación que consiste en el eslabonamiento directo y constante de la radio (como medio de comunicación de masas) con un grupo de discusión (como canal interpersonal) con el propósito de cambiar la conducta del campesinado en la dirección de la modernización.

Desde el segundo, el "forum" se define como un tipo instituido de medio de comunicación consistente en un pequeño grupo de campesinos adultos que se reúnen regularmente para:

1. Escuchar programas educativos especialmente preparados y radiodifundidos para ellos y
2. para llevar adelante entre ellos inmediatamente después por lo general bajo la guía de un líder entrenado una discusión organizada que los debería llevar a un relevante proceso de decisión y de acción.

Pero no bastan definiciones como estas para comprender bien la naturaleza de esta estrategia altamente efectiva. Ayudaría, por ejemplo, el describir o al menos bosquejar el modo general (1) en que se da la comunicación en una situación de radio forum rural. Puede ayudar el hacer esta descripción dentro de la estructura del proceso de comunicación que propone Berlo (1960).

(1) Variaciones de esta estrategia se han probado en varios países. Algunos modelos, por lo tanto, incluyen ciertos componentes especiales. Sin embargo, para la descripción general que se pretende aquí, serán abstraídos solamente aquellos elementos aparentemente universales de la estrategia.

En un sentido amplio, (1) la fente de información que en este caso pone en movimiento el proceso de comunicación es el medio de masas que tiene a su cargo la transmisión. Es decir, una estación de radio que emite programas específicamente dirigidos a los forums.

Detrás de la estación hay por lo general una o más agencias especializadas dedicadas a recoger información técnica para el desarrollo. Por ejemplo, estaciones agrícolas experimentales, instituciones educacionales, servicios de extensión, institutos para la salud y la nutrición, etc. Dichas instituciones funcionan como autoridades en la materia dentro del proceso.

El mensaje o los mensajes consisten en las diferentes proposiciones que, en materia de comportamiento, la fuente quiere hacer llegar a los miembros del radio forum teniendo en vista los objetivos del desarrollo rural (2).

El canal que está en juego es, obviamente, "el radio forum rural".

El receptor o audiencia está compuesto de un número de grupos formales de campesinos que cumplan con la definición dada de forums como instituciones de medios de comunicación. Aunque estos grupos se hallan dispersos a lo largo de toda la zona de poder de alcance de la estación, se los puede concebir como una sola audiencia puesto que:

1) son de naturaleza bastante homogénea,

2) están expuestos a los mismos programas al mismo tiempo, y

3) no están enteramente desconectados el uno del otro.

La fuente y el receptor desempeñan funciones específicas dentro del proceso de comunicación de los radio forums rurales.

Las tres funciones principales de la fuente son:

1) planificación de los programas, lo que supone decidir sobre la intención, el contenido, el tratamiento y el ordenamiento;

2) producción de los programas, que en el caso de la radio es sobre todo una tarea de escribir y hablar;

3) transmisión del programa, o generación de las señales electrónicas que llevan el mensaje a la audiencia.

(1) En un sentido más estricto, sin embargo, una parte de la audiencia al menos desempeña roles de fente dado que, una vez concluido el programa, los miembros del forum entran en una interacción de experiencias en relación al mensaje radial. En otras palabras, tratándose de una combinación de canales, se encuentran allí fuentes de medio masivo y fuentes de medio grupal. Por razones prácticas, sin embargo, la radio puede ser considerada la fente.

(2) Dada la variedad de objetivos, hay en general una amplia gama de variaciones posibles respecto al contenido de los mensajes. Esta gama se extiende más aún cuando se usan las estrategias de combinación. Por ejemplo, la enseñanza de habilidades complicadas usando solamente la radio es virtualmente imposible. Pero enseñar algunas de ellas a través de radio forums no parece ser así.

Las tres funciones principales del receptor son:

- 1) oír el programa, escuchándolo en forma grupal y organizada, y algunas veces precondicionada;
- 2) discusión de los mensajes en cuanto termina el programa, en lo que mira a sus relaciones con la realidad local;
- 3) la decisión de aceptar o rechazar: los conocimientos propuestos, las proposiciones en materia de cambio de actitudes, y las prescripciones de comportamiento que se hallan contenidos en el programa.

La función de decidir es contingente u opcional. Aunque los líderes buscarán en general promover allí mismo la toma manifiesta de posición por parte del grupo, raramente intentarán forzar al grupo a que lo haga (1). En muchos casos, por eso mismo, el tomar decisiones queda como una conducta individual y ese fuera del radio forum.

El asegurar el feedback como función del receptor derivada del proceso mismo de la comunicación es una característica clave de todo radio forum rural bien organizado. Generalmente se les pedirá a ciertos miembros del forum que se especialicen en esa función. Se los responsabiliza de proveer periódicamente a la estación radial de informes escritos sobre la actividad grupal, teniendo en cuenta tanto las dificultades como los logros de los forums. Proveerán además de testimonios evaluativos de los grupos a los estímulos del programa.

El recurso al feedback permite a la fuente afinar su planificación, mejorar su producción y reajustar su transmisión en consecuencia. Da también al receptor la sensación importantísima de estar en diálogo con la fuente y en contacto, de alguna manera, con otros receptores como él. Además, parecería que se llega de esta forma a un cierto tipo de "sistema social" supra-territorial en el cual diversos grupos de campesinos pueden volverse, hasta cierto punto, psíquicamente relacionados a pesar de estar físicamente desconectados. La estación de radio actúa evidentemente como núcleo del sistema.

Hay otras muchas formas distintas a la de los informes y recopilación de testimonios de tipo secretarial, para establecer mecanismos de feedback entre los forums y la fuente de difusión. Por ejemplo: transmitir interviews con miembros del forum; transmitir el texto de cartas dirigidas por campesinos que participan del forum a la estación de radio; relato de anécdotas del forum; traer a miembros del forum como huéspedes del programa; grabación y transmisión de discusiones seleccionadas del forum mismo; conducción de una discusión en el programa mismo con la participación de campesinos seleccionados de distintos grupos; recopilación en un boletín de noticias, etc..

El feedback se obtiene por lo general una vez que la función de discusión ha tenido lugar. Pero

(1) Una excepción a esta regla son los "círculos de estudio" de la China Roja. Cada miembro tiene la obligación, al final de cada encuentro, de dar cuenta de la comprensión y aceptación del mensaje esencial. Intercambiando públicamente tales manifestaciones y ejercitando una crítica abierta sobre la posición del otro, se espera que los individuos ajusten sus respuestas hasta que se llegue a un modelo grupal uniforme de conocimiento y actitud.

puede ser también una secuela de la función de decisión e incluso el resultado de acciones inspiradas por el forum.

En forma similar, la información que provee el feedback se aplica por lo general para elevar la calidad de las funciones de planificación, producción y transmisión. Pero puede proveer también una valiosa orientación en vistas a la investigación.

La investigación debe ser, sin duda, un antecedente de todas las otras funciones de la fuente. La continua indagación científica sobre las variantes relevantes debería preceder a las actividades de elaboración del programa. La evaluación de la efectividad del forum es, por cierto, una parte central de esa investigación.

En forma similar, una acción relevante de parte del receptor debería ser la consecuencia directa del desempeño, por parte de los receptores, de las funciones de oír, discutir y decidir.

Desafortunadamente, en la práctica esos son los casos más raros.

El feedback del tipo campesino-estación no es la única posible en las situaciones de radio forum. Está también, como ya se ha mencionado, el feedback del tipo campesino-a-campesino dado que los miembros del forum se comunican activamente el uno al otro a través de toda la discusión.

Existe, por lo tanto, el feedback externo que va de la institución de medio grupal (el forum) a la institución de medio de masas (la estación de radio), y el feedback interno que va de los individuos a los individuos, de los individuos al grupo, y del grupo a sus componentes individuales. Ambos tipos de feedback son significativos para la aplicación exitosa de la estrategia. Pero la externa es más crítica y más difícil de lograr.

Por último, algo que caracteriza a los radio forum rurales que operan eficientemente es su suplementación por otros medios de comunicación. Esta suplementación puede darse antes, durante o después de la difusión-discusión.

Un ejemplo de suplementación pre-combinada se da en las "guías para el oyente" que se suelen enviar en forma mimeografiada a los encargados del forum para que conozcan por adelantado los programas.

Un ejemplo de suplementación simultáneo-combinada lo da el material visual que se distribuye a veces entre los miembros del forum para permitirles ver, simultáneamente, algunas de las cosas que escuchan por radio.

Un ejemplo de suplementación post-combinada se puede encontrar en el boletín de noticias que ciertas organizaciones de forum publican a continuación de las sesiones de transmisión-discusión.

Habría otras consideraciones relevantes acerca de la naturaleza del proceso de comunicación del radio forum rural que se acaba de describir (1). Pero bastan las consideraciones presentadas a los efectos de proveer una estructura general con la que analizar las experiencias obtenidas en varios países con esta estrategia. Antes de hacer eso parecería necesario incluir una nota sobre la historia de la estrategia.

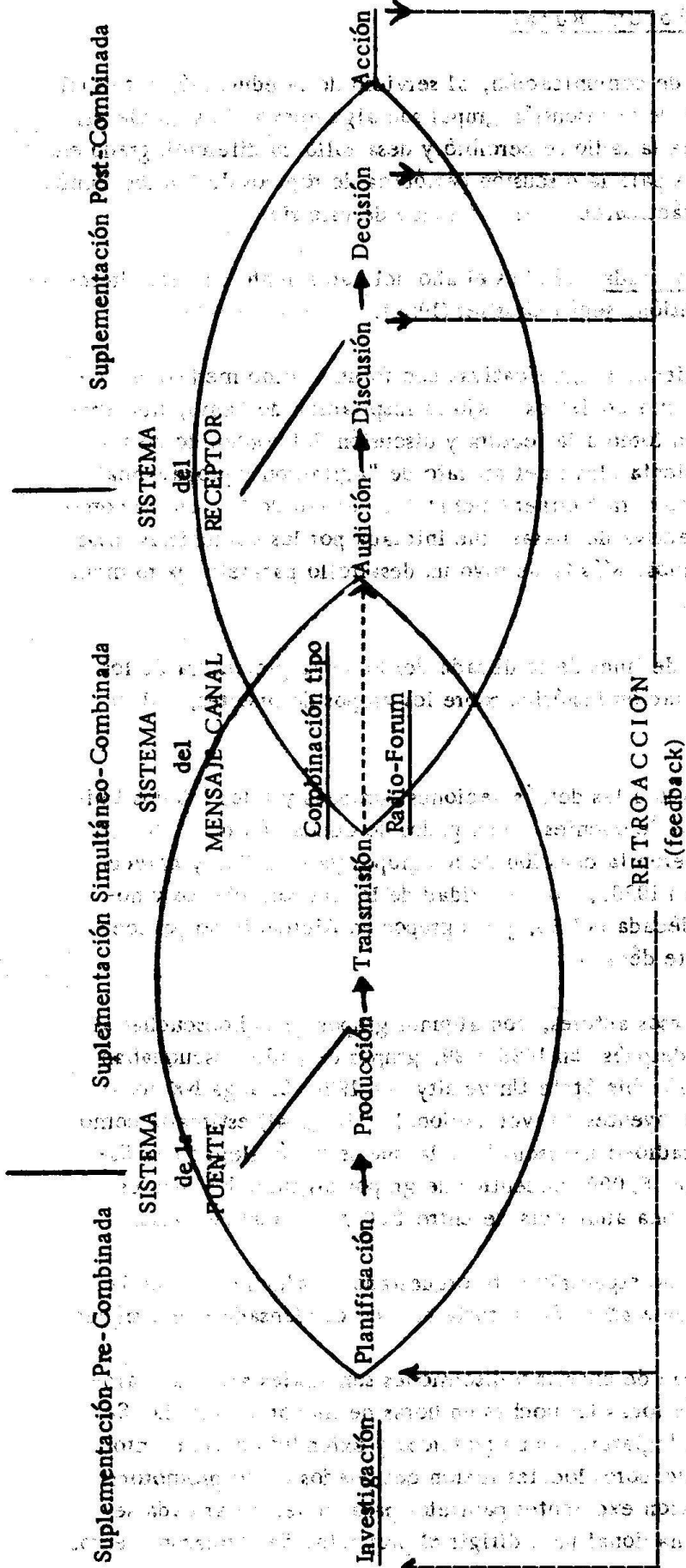


FIGURA I

UNA REPRESENTACION VISUAL DEL PROCESO DE COMUNICACION TIPO RADIO FORUM RURAL

Nota : (1) Una síntesis gráfica con la descripción de los elementos y de las funciones que se hallan presentes en ese proceso se encuentra en la Figura I.

2.- Los Orígenes del Radio Forum Rural

En cuanto estrategias independientes de comunicación, al servicio de la educación informal de los adultos, ni el uso de la radio ni de la discusión grupal son algo nuevo. Casi desde sus comienzos, el potencial pedagógico de la radio se percibió y desarrolló en diferente grado en muchos países. La formación de grupos para la discusión periódica de tópicos de interés común para los oyentes empezó en Europa prácticamente al comienzo de este siglo.

Como estrategia de comunicación combinada, 1928 es el año del nacimiento en Gran Bretaña de la combinación radio-más-discusión, según Cassirer (1959).

Varios años antes, sin embargo, experiencias significativas con forums como medios de comunicación se llevaban a cabo en la Rusia Soviética. Bajo la inspiración de Lenin, numerosos "grupos de estudio" -constituidos en torno a la lectura y discusión del contenido de los diarios- se establecieron como herramienta clave del aparato de "agitación y propaganda" del Partido Comunista. De hecho, como nota Hiniker (1968): "... el uso de los forums como medios de comunicación en una perspectiva de masas, fue iniciada por los comunistas rusos y perfeccionada por los comunistas chinos. Más tarde tuvo un desarrollo paralelo, pero menos notable, en el mundo no comunista".

Sin embargo, la experiencia británica de fines de la década del 20 es la precursora de los radio forum actuales. En su extensa relación histórica sobre los grupos de oyentes, Hill y Williams (1941) dicen:

Los ingleses parecen haber liderado a las demás naciones europeas y a los Estados Unidos en la promoción de los grupos de oyentes. Encargados de educación de la British Broadcasting Corporation discutieron la cuestión de los grupos ya en 1927, y parecen haber empezado a organizarlos en 1929... La actividad de los suecos, checos y noruegos no se desarrolló hasta la década del 30, y los grupos en Alemania no parecen haberse formado hasta la siguiente década...

Los Estados Unidos comenzaron, según esos autores, con algunos grupos de radioescuchas al mismo tiempo que los ingleses o poco después. En 1928 o 29, grupos de padres escuchaban las emisiones de la estación WEOO de la Ohio State University. En 1931, La Liga Nacional de Mujeres Votantes organizó grupos de oyentes a nivel nacional. Hill (1941) estimaba como sigue la magnitud de la actividad de radio-con-discusión a la que se había Negado en Estados Unidos entre 1931 y 1938: al menos 15.000 encuentros de grupos organizados para escuchar programas radiales, implicando una audiencia de entre 300 y 500.000 personas.

El experimento inglés con el forum no fue especialmente orquestado en algún sector de la audiencia del país. Duró alrededor de diez años. Su historia ha sido condensada como sigue:

... Comenzando en 1927, una serie de charlas y discusiones semanales sobre una amplia gama de materias se difundía todas las noches en horas de mayor audiencia. Se granjeó la cooperación de lo que Inglaterra es un poderoso y extendido movimiento para la educación del adulto: educadores locales fueron designados como promotores para el trabajo in situ: se publicaron excelentes panfletos para suplementar cada serie; y se formó un consejo asesor nacional para dirigir el proyecto. Se formaron cientos

de grupos, pero después de diez años se dejó caer el experimento. Los resultados eran desproporcionados al dinero y esfuerzo invertidos. (Nicol, Shea, y otros, 1954).

Se considera a menudo que los radio forum ingleses fueron un fracaso. (4). La evaluación negativa que se hace de ellos se basa principalmente en el hecho de que los grupos de oyentes fueron interrumpidos al final de la década del 30. Sin embargo, los factores pertenecientes a la ineficiencia en la organización y ejecución del sistema no son la única explicación posible de esa interrupción. Los cambios en las motivaciones de la audiencia para participar en el sistema pueden haber sido también muy determinantes aunque parecerían no estar relacionados con la calidad del experimento. El asunto merece, pues, una atención más detallada, que luego le brindaremos.

Mientras tanto, permanece el hecho de que la primera experiencia sistemática de montar y llevar adelante una combinación a nivel nacional de radio con discusión en vistas a la educación de masas, tuvo lugar en Inglaterra. La importancia y utilidad de esa experiencia pionera se deja ver en el hecho de que prácticamente todas las experiencias de esa naturaleza siguieron esencialmente el modelo estructural y operacional establecido por los ingleses.

Experiencia Canadiense de Radio Forum para el Medio Agrícola

Fue en Canadá, en los albores de 1941 (2), nació como tal el radio forum rural. El "radio forum para el medio agrícola" (farm radio forum) (3) consistió en un programa nacional de radio -de naturaleza predominantemente agrícola- dirigido a grupos formalizados de agricultores, presuntamente alfabetizados, que se reunían una vez por semana para escuchar el programa y discutirlo inmediatamente después de su difusión.

La técnica involucraba cuatro pasos para ser seguidos por la audiencia:

- 1) Leer
- 2) Escuchar
- 3) Discutir
- 4) Actuar

Examinando esa técnica -cuya enunciación se convirtió en el lema o divisa de los forums canadienses- Nicol, Shea, y otros (1954) observaban:

-
- (1) Algunos autores han llegado hasta desechar enteramente la utilidad de la radio -al menos en el caso de Inglaterra- para una actividad formal de grupo. Debería notarse también que la aplicación inglesa de esta estrategia no estaba particularmente dirigida a una audiencia rural.
 - (2) De hecho, un intenso trabajo preparatorio comenzó ya en 1940. Pero la primera difusión para los forums se lanzó en enero de 1941.
 - (3) Quienes han seguido el experimento canadiense han preferido designar la estrategia con el rótulo de "radio forum rural" (rural radio forum) para incluir allí a todo el que no viviera en concentraciones urbanas, y no sólo los agricultores. De hecho, los contenidos de su programa no se limita a tópicos agrícolas.

Los cuatro pasos son significativos en su respectivo orden. El material de lectura era distribuido el lunes de noche antes de la emisión. Debía ser leído y luego oída la emisión. Esto debía ser seguido por la discusión... El grupo de discusión debía ser el terreno en el cual los agricultores pudiesen escudriñar las ideas y propuestas por escrito y radiodifundidas. A lo largo del proceso ellos expresarían sus propias ideas, impresiones, prejuicios, nociones... Este delicado juego recíproco de ideas, experiencias y emociones es el proceso de discusión como tal... Los creadores del forum para el medio agrícola creían que de allí saldría un juicio sobre un problema, una decisión... El próximo paso consistía en llevar adelante la acción así concebida.

El Radio Forum Nacional para el Medio Agrícola de Canadá (The National Farm Radio Forum of Canada) era patrocinado por: una agencia de comunicación del gobierno, la Canadian Broadcasting Corporation; una institución profesional, la Canadian Association for Adult Education; y una organización privada, la Canadian Federation of Agriculture. De esa forma los especialistas en comunicaciones, expertos en educación, y los mismos agricultores (1) inspiraron, implementaron, y fueron dueños del proyecto.

A la hora de la iniciación del proyecto, la Canadian Federation tenía seis años de existencia. En ese período ya había sido capaz de unir a agricultores de una costa a la otra. En vistas a mantener y fortalecer ese establecimiento, la federación necesitaba embarcarse en una actividad de amplio poder de atracción para sus miembros. En forma similar, La Asociación Canadiense para la Educación del Adulto, que recién había sido fundada en 1936, estaba buscando algún programa a través del cual pudiese servir las necesidades educacionales de la gente del medio rural. Más aún, la recién formada Canadian Broadcasting Corporation acababa de establecer una verdadera red de comunicación radial a lo largo de todo el país. Era natural, pues, que evaluase su poder en una experiencia de educación de masas.

La coincidente condición de recién creadas de las tres instituciones - y la propensión a embarcarse en actividades insólitas de servicio público que aparentemente coincidió con lo anterior - condujeron a esas instituciones a trabajar juntas. Establecieron, pues, entre ellas mismas una coordinación técnica, administrativa y financiera. Esto tuvo el efecto de una conveniente sobreposición de sus respectivas redes. Todo esto resultó en el establecimiento de una organización formal de carácter nacional para dirigir el proyecto.

El rol de la Canadian Broadcasting Corporation consistió en presentar una emisión semanal de media hora sobre los tópicos que los otros dos padrinos recomendaban. Trabajando juntos y operando a través de sus respectivas sucursales en las provincias, la Federación Canadiense de Agricultura y la Asociación Canadiense para la Educación del Adulto tenían la responsabilidad de

(1) Las instituciones de agricultores difícilmente se han visto involucradas en respaldar actividades de radio forum rural en otros países que no sean el Canadá.

- 1) establecer los grupos de agricultores que se dieron en llamar forums;
- 2) incitar a los agricultores a reunir esos grupos;
- 3) proveer a los forums de material escrito suplementario

La empresa conjunta requería la creación de órganos especializados. Se crearon entonces a nivel de todo el país, un Consejo Nacional, un Comité Ejecutivo, y una Oficina Nacional. A nivel provincial, los órganos eran los Comités Provinciales, Las Oficinas Provinciales y los mismos Forums locales.

El corazón de toda la operación era la Oficina Nacional con sede en Toronto. Dotada de un secretario nacional y editor de los materiales suplementarios, La Oficina Nacional cumplía, según Nicol, Shea, y otros (1954) las siguientes tareas:

- 1) preparar y distribuir materiales de estudio para los forums;
- 2) asistir a los órganos provinciales para organizar y dirigir los forums;
- 3) recopilar los descubrimientos de los forums a lo largo de todo el país y divulgar esa información entre las instituciones interesadas;
- 4) servir de embalse central para el intercambio de noticias entre los forums acerca de sus actividades;
- 5) hacer una vez al año un survey de los forums a nivel nacional.

Cada forum tenía un número variable de miembros, donde se incluían a veces familias enteras. Cada forum elegía su propio presidente y secretario. El primero debía presidir las discusiones y conducir al grupo a tomar decisiones y a emprender las acciones que de allí se seguían. El secretario debía tomar nota de las discusiones y enviar informes sobre ellas al secretario provincial. Este funcionario, a su vez, recopilaba los informes de todos los forums y enviaba la información a la semana siguiente, no sólo a las oficinas centrales, sino también a los forums que habían proveído la información y a los demás secretarios provinciales.

Era ese mecanismo constante de feedback el que permitía a la estación radial perfeccionar sus programas y a los forums mejorar sus sesiones. Al mismo tiempo, el hacer llegar la información a todos ellos, creaba un sistema de continua inter-relación entre todos los forums.

Así pues, por vez primera, comunidades de agricultores físicamente aisladas unas de otras -e incluso culturalmente ya que existen en Canadá variaciones de origen étnico por regiones- se volvieron conscientes de su mutua existencia. Más aún, pronto cayeron en la cuenta de que tenían mucho en común y de que manteniéndose "juntos" podrían ayudarse a enfrentar sus problemas y a alcanzar sus objetivos comunes.

Aquellos eran, ciertamente, días problemáticos para los agricultores canadienses. Acababan de pasar a través de diez años castigados por la sequía, la depresión y caída de los precios y tenían que enfrentar las privaciones de una guerra mundial. Necesitaban orientación y aliento para ajustarse a los cambios sociales, políticos y económicos que estaban viviendo. Necesitaban también redefinir sus relaciones con los otros sectores de la economía del país. Tenían que actuar como un cuerpo para poder afrontar las dificultades derivadas de las fluctuaciones de la economía agrícola.

Probablemente, eso los hacía estar maduros para embarcarse en cualquier experiencia de

conjunto a nivel nacional, y los volvía aparentemente ansiosos por actuar. El radio-forum a nivel agrícola proveía una excelente oportunidad para ambas cosas.

En sus primeros diez años de operación el proyecto se expandió firmemente. Bebermeyer y Rogers (1966) resumen lo principal de ese crecimiento como sigue:

En su apogeo (1949-1951), se podían contar 606 grupos de forum en Canadá con un total de 20,769 participantes. Se dice que alcanzaron al 0.82 por ciento de la población de habla inglesa, yendo del 0.08 % en Columbia Británica al 1.67 % en Ontario.

Por 1954 no había crecido el número de forums, pero la atención periódica a ellos había crecido considerablemente. (Fewster, 1965).

En 1963 el movimiento de los forums estaba todavía bastante activo. Más de 60,000 habitantes del campo, por ejemplo, tomaron parte en uno o más programas y consumieron más de 250,000 copias del material de estudio suplementario. (Fewster 1965). En 1964, sin embargo, los forums estaban al borde de la extinción. Sólo 500 de ellos seguían funcionando con una participación de no más de 7,000 personas. (Fewster, 1965).

La defunción de los forums canadienses ocurrió presumiblemente por la "apatía" de la audiencia en la primavera de 1965 (Abell, 1965) en que se suspendieron las actividades oficiales sobre el proyecto. En sus 23 años de existencia, más de 200,000 canadienses del medio rural participaron de los forums, al menos durante una temporada (noviembre a marzo), a un costo anual per-cápita de US \$ 5.0 (Fewster, 1965).

Como en el caso de Gran Bretaña, se tiende a equiparar la interrupción de los radio-forums agrícolas en Canadá con el fracaso de la estrategia, aunque, por otro lado, la experiencia del Canadá cuenta con enérgicos defensores.

Afortunadamente, alguien se movió esta vez para analizar la experiencia más de cerca. En 1951, diez años después de comenzada la operación, la UNESCO patrocinó una evaluación de los forums canadienses. En 1954 se publicó un informe de la UNESCO sobre dicha experiencia bajo las firmas de John Nicol, Albert A. Shea, y otros.

Ese proyecto de evaluación se vió enfrentado a una gran dificultad para poder valorar el grado real de efectividad de los radio-forums canadienses para el medio agrícola. Fue igualmente difícil detectar cuáles, entre muchas posibles, fueron las influencias predominantes que condujeron al fin de los forums. Faltaban datos objetivos que facilitaran las comparaciones entre los distintos años y, en general, no parecía que los ejecutores de los forums hubiesen recogido una información cuantitativa y sistemática sobre variables específicas de toda la operación. En la ausencia de técnicas objetivas de valoración, los investigadores tuvieron que formular sus conclusiones sobre la base de un juicio subjetivo.

Positivamente, nuestra opinión es que el Forum Agrícola (Farm Forum) es el esfuerzo más amplio y sostenido en la historia de la educación del adulto en Canadá. Negativamente, opinamos que desde el punto de vista educacional el Forum Agrícola es de contenido superficial, de excesivo carácter social, y que el amplio número

de participantes disminuye aún más su efecto. (Nicol, Shea, y otros, 1954).

Los investigadores concluyen, en materia de logros obtenidos, que los radio-forums lograron un éxito notable en:

- 1) el desarrollo del liderazgo,
- 2) el incentivar la cooperación,
- 3) en crear una sensación de comunidad (Schramm, 1964).

Cualquiera sea el juicio final sobre el resultado del experimento de los forums canadienses, su influencia, como estímulo y como guía, ha llegado desde entonces a muchos países del mundo. La UNESCO misma ha jugado un rol vital en promover nuevas experiencias de naturaleza similar en varios países en desarrollo. De hecho, es en las tierras menos desarrolladas donde esta estrategia está siendo probada al presente. Estas experiencias serán analizadas más adelante.

CAPITULO III

LOS RADIO FORUM RURALES EN LA INDIA

Esta innovación en materia de comunicación, que ha sido abandonada por algunos países desarrollados, está siendo adoptada en forma creciente por muchos de los países menos desarrollados. Varios de ellos han hecho o están haciendo experimentos en el uso de radio forums en vistas a la modernización del campesinado.

El caso más notable de adopción de la estrategia es la India, pero Gana, Nigeria, Togo, Niger, Malaui, Costa Rica y Brasil se cuentan también entre los países en los cuales los radio forums están penetrando tierra adentro con el mensaje del progreso.

Pocos países se han asegurado de que sus experiencias en radio forum estén siendo observadas y registradas científicamente. Por suerte varias organizaciones internacionales han inducido a las instituciones nacionales de algunos países a sumar esfuerzos para investigar sobre la materia en beneficio de todos. La ambiciosa expectativa de esa investigación es poder llegar a generalizaciones interculturalmente válidas sobre la efectividad de los radio forums, comparados con otros medios, como herramienta en el conjunto de los programas de desarrollo rural.

Una de esas aventuras conjuntas ha sido la comenzada en 1963 en la India y en Costa Rica bajo los auspicios de la UNESCO, el Instituto para el Desarrollo de la Comunidad Nacional de la India, la Universidad Estatal de Michigan, y el Programa de Información Popular Interamericano.

Una investigación similar aunque más amplia incluyó también la experimentación con radio forums. Consistió en un proyecto de investigación internacional sobre la difusión de innovaciones en las sociedades rurales. Fundada por la Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos, tuvo lugar en Brasil, India, Costa Rica y Nigeria (1) bajo la conducción técnica del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Estatal de Michigan, y con la

(1) La guerra de secesión eliminó a este país del esquema.

participación de numerosas agencias en los cuatro países.

Los informes finales por país sobre esos dos bloques de experimentos multinacionales recién han comenzado a quedar disponibles. (1)

Sería imposible pretender sintetizar y analizar en este trabajo cada una de las experiencias mencionadas más arriba. Concentraremos entonces la atención sobre aquellas que parecen ser las más significativas y representativas de todas. A saber: la que tuvo lugar en la India (Poona), a la que se le concederá la máxima extensión, y la de Gana.

1. - India: La Lección de Poona

Probablemente ningún otro país en vías de desarrollo ha dado tanta atención a los radio foros rurales como herramienta de modernización, como lo ha hecho la India (2). Esfuerzos por servir de la estrategia han sido conducidos tanto por agencias nacionales especializadas en comunicación y en desarrollo de comunidades, como por algunos de los gobiernos estatales que componen la India. Algunos de esos intentos fueron sometidos a una cuidadosa observación científica apuntando a una evaluación sistemática y objetiva del impacto de los proyectos.

El primero, y uno de los más completos y rigurosos, de esos esfuerzos tuvo lugar en 1956 en una región de población campesina bien compacta que incluía cinco distritos de lo que fue después el Estado de Bombay (3). Poona era cabeza de esos distritos y por lo tanto el eje de la región.

Usando una subvención de la UNESCO y la cooperación de varias agencias del gobierno del Estado de Bombay, la Radio de Toda India, (All India Radio), que es el instituto nacional de radiodifusión, se encargó de la conducción del experimento desde los estudios de su estación en Poona.

Se recurrió a una organización independiente especializada en la materia para que evaluase la experiencia desde el comienzo: la Escuela Tata de Ciencias Sociales de Bombay.

Naturaleza del Experimento

Las áreas de implementación del proyecto eran:

- 1) la dirección central;
- 2) la organización del trabajo de campo;
- 3) la planificación y presentación del programa;
- 4) la evaluación de la experiencia

(1) Ver, por ejemplo, Waisanen and Durlak, 1967; Fliegel, Roy, y otros, 1968; y Hursh, Hershfield, y otros, 1968.

(2) De hecho, la China Roja parecería haber hecho un uso extensivo y efectivo de la estrategia de la radio-discusión. Desafortunadamente, ninguna investigación científica sobre la experiencia parece haber tenido lugar en el país.

(3) Actualmente el Estado de Maharashtra.

La intención general que estaba detrás del experimento era probar si los radio forum rurales eran capaces de mostrar la misma efectividad en un engarce cultural substancialmente diferente al canadiense.

Los propósitos principales de los investigadores eran los siguientes:

- 1) Averiguar si el radio forum rural podía ser usado como agente para la transmisión de conocimientos.
- 2) Lograr un mayor conocimiento sobre el rol que podía jugar el radio forum rural como agente creador de un espíritu común, es decir, como una nueva institución en la vida del pueblo.
- 3) Averiguar si la discusión grupal era un método eficiente para ese propósito.

Los objetivos adicionales del survey eran dos. El primero era establecer la reacción de los miembros del forum respecto de la estrategia del radio forum rural como un todo. El segundo consistía en identificar las reacciones de los miembros del forum respecto de las emisiones individuales de las series.

Dentro de todos esos objetivos, quedaban flotando varias preguntas cruciales. Por ejemplo:

¿Era aplicable la experiencia en forma fructífera a la realidad de las naciones menos desarrolladas? ¿Cómo iban a responder los campesinos a la estrategia puesto que no estaban acostumbrados al uso de la radio ni acostumbrados a la discusión? ¿Sería aprovechable para los campesinos, analfabetos asistir a los forums? ¿Cómo se comportarían en ellos las mujeres? ¿Algunos miembros del forum copiarían las discusiones? ¿Algunas de las características de la estructura social ayudarían u obstaculizarían la estrategia? ¿Surgirían algunas acciones concretas para modernizar las aldeas como consecuencia de la presencia de los forums? ¿Eran mejores los forums para algunos fines que para otros?

Se designó un organizador full-time de forums para cada uno de los cinco distritos. Se esperaba que cada uno organizara entre 20 y 40 forums en su respectivo distrito. Por encima de ellos había un jefe-organizador. Por debajo de ellos había cuarenta organizadores a medio tiempo que eran rotados entre las aldeas de todos los distritos.

Cada forum debía tener 20 miembros seleccionados por el respectivo organizador bajo la guía de los líderes del lugar. Los grupos debían incluir preferentemente a personas alfabetizadas y que hubiesen mostrado interés en el mejoramiento agrícola o de cualquier otro tipo. Deberían incluir también, si fuera posible, a mujeres y miembros de las castas más bajas (Harijans) (1). Un "leader" (presidente) y un "convocado" (secretario) deberían cumplir sus veces en cada forum. En la mayoría de los casos coincidían con los líderes naturales. Sus funciones eran las mismas que en Canadá: presidir, registrar, informar, etc.

(1) En la práctica, sólo cerca de la mitad de los forums tenían uno o dos Harijans o una o dos mujeres. Esto se debía a la resistencia a incluirlos a ambos, característica de la cultura tradicional y de la estructura social rígidamente estratificada en la que debían funcionar los forums.

Veinte programas fueron especialmente planificados y preparados por un equipo de especialistas en programación, sobre tópicos recomendados por un comité de expertos. Los tópicos predominantes eran los agrícolas, pero los programas tocaban también tópicos relativos a la salud y a la educación. En forma similar, trataban asuntos como la cooperación y los procedimientos electorales para la formación de consejos locales.

Los programas se transmitían a las 18.30 dos veces por semana durante alrededor de tres meses. Las técnicas y los estilos de los programas eran variados: charlas directas, interviews, paneles, dramatizaciones, etc. Cada programa contaba con su mecanismo de feedback: 5 minutos para contestar a las preguntas enviadas por los foros.

Como una ayuda más para el funcionamiento de los foros, la AIR produjo una guía quincenal, adelantando información sobre los programas, y una guía de discusión para cada uno de ellos. Sin embargo, se dejaba libre a cada foro para organizar su discusión de la manera que más le gustase. Duraban de media a una hora y se tenían en las casas, en salas de reunión o incluso al aire libre.

Estructura de la Evaluación

Había 20 aldeas en la muestra experimental y 20 en la de control. En cada uno de los cinco distritos había cuatro aldeas experimentales y cuatro de control. La mitad de las aldeas experimentales habían contado con aparatos de radio durante cerca de un año antes de que comenzase el proyecto, y a la otra mitad se la proveyó de receptores para uso común durante el proyecto. En forma similar, la mitad de las aldeas quedaban fuera de la jurisdicción abarcada por los proyectos de desarrollo de la comunidad nacional y la otra mitad quedaba dentro. La mitad de las aldeas de control escuchaban en común las emisiones, pero sin foros, y la otra mitad ni uno ni otra cosa.

Interviews personales con miembros de los foros, y la observación directa del funcionamiento de los foros durante la emisión y la discusión, fueron los métodos principales usados para recoger los datos.

A cada uno de los 20 miembros de los foros en las 20 aldeas experimentales se le hicieron seis interviews. Uno de los interviews tuvo lugar antes de que comenzara el experimento y otro una vez que estuvo terminado. Estaban principalmente dirigidos a medir las diferencias en los niveles de conocimientos atribuibles al efecto de los foros. El resto de los interviews se realizaron a lo largo de los meses que duró el experimento y apuntaban a medir las reacciones de la gente frente a cada uno de los programas.

En las aldeas de control, 20 sujetos elegidos como para un foro fueron reporteados solo dos veces, una para medir el nivel de conocimiento correspondiente al pre-proyecto y otra al del post-proyecto. (1)

(1) Bebermeyer y Rogers (1966) sugieren que un "efecto de oxígeno" o calmante podría haber operado en los pueblos experimentales dado que los miembros de foro en ellos -en oposición a los de los pueblos de control- recibieron cuatro interviews más, que ellos deben haber percibido como relacionado a los foros.

Las observaciones directas de las sesiones de los foros por parte de quienes hacían la experimentación se anotaban en un diario y en cuestionarios especiales que eran llenados por los encargados del survey.

Resultados de la Evaluación

El experimentador jefe, Neurath (1960) agrupó los hallazgos en términos de:

- 1) cuánto aprendieron los campesinos del forum; cuánta ganancia de conocimiento produjo la estrategia;
- 2) cómo funcionaron los foros; cómo fue de eficiente la combinación escuchar-discutir;
- 3) qué magnitud de alcance parecen tener los foros como instigadores de modernización para la vida de la aldea en general;
- 4) cuál era la reacción general de la audiencia respecto a la estrategia. Los resultados del survey dieron respuestas netamente positivas respecto de las preguntas 1), 2) y 4). Para la pregunta 3) se obtuvieron respuestas afirmativas, pero parciales e introductorias.

La diferencia encontrada en materia de ganancia de conocimiento, entre los sujetos experimentales y los de control fue casi espectacular. Los campesinos de los foros pasaron de un promedio de 6,4 en el pre-test a 12,1 en el post-test, (1) mostrando así una ganancia de 5,7 puntos en una escala de 18 puntos. Los campesinos extra-forum, en cambio, pasaron de un promedio de 4,7 en el pre-test, a apenas un promedio de 5,6 en la post-test, con una ganancia de solamente 0,6. Por lo demás, casi toda esta diferencia tenía en cuenta a las aldeas que escuchaban en común las transmisiones,

Contrariamente a lo que se podía esperar, los descubrimientos mostraron que el analfabetismo no impide a los campesinos el aprender con los radio foros. Los analfabetos no solo aprendieron, sino que incluso aprendieron más que los que no lo eran. Es decir, que los analfabetos empezaron con marcas más bajas de conocimiento que los alfabetizados, pero mostraron mayor cantidad de conocimiento ganado que ellos. Además, los analfabetos en los grupo-forum ganaron mucho más en conocimiento que los analfabetos en los grupos extra-forum.

El aumento en conocimiento atribuible a la participación en los foros fue tan sorprendente en los líderes de la comunidad como en los simples aldeanos. De la misma manera, ninguna diferencia substancial se registró entre los campesinos y los que no lo eran. Incluso los resultados en las mujeres y en los Harijans -restringidos en su posibilidad de generalización dado al pequeño número de ellos que participaron- fueron sin embargo alentadores.

Estos hallazgos constituyen una verificación empírica de importancia de la suposición tenida durante largo tiempo de que la combinación de los medios de masas con la comunicación interpersonal son más efectivos que las comunicaciones monocanalizadas. Los datos le permitieron, de hecho, a Neurath (1962) el afirmar con seguridad que:

- (1) Había seis tópicos post-test. El campesino promedio de los foros respondió correctamente a 3 de los 6 tópicos y acertó en un 50 % en las respuestas a los otros 3. Por contraste, el post-test reveló que el campesino promedio extra-forum podía dar respuestas correctas sólo sobre un tópico, respuestas mitad correctas sobre 2 ó 3, y no responder o dar respuestas totalmente equivocadas sobre los demás tópicos.

La gran diferencia del aumento de conocimiento entre los grupo-forum y los radio-grupos sin-forum representa en resumidas cuentas la superioridad de los grupos organizados para escuchar más discusión, como agente de transmisión de conocimientos, sobre el procedimiento habitual de entregar aparatos de radio a los aldeanos para escuchar las emisiones rurales compuestas para ellos. Los interviews revelaron que incluso gente en las aldeas de control que tenían radio, que hubiesen podido escuchar exactamente los mismos programas para Forums Agrícolas y que, de haber querido, hubiesen podido organizar sus propios Forums Agrícolas, escuchaban solo esporádicamente los programas y difícilmente sabían que existían los Forums Agrícolas.

Conclusiones de la Evaluación

Las conclusiones principales del survey del proyecto, según informó la UNESCO (1965), son las siguientes:

Los grupo-forum dejaron ver una ganancia notable de conocimiento. La ganancia fue igualmente notable entre los grupos diferentes en los forums: los analfabetos y los que no lo eran, agricultores y no-agricultores.

El método de discusión grupal probó ser extremadamente exitoso. El método de discusión grupal trajo con él la oportunidad de aprender tanto del hecho de encontrarse y discutir cosas juntos, como del tomar decisiones.

El método de discusión grupal tiende a sacar hacia afuera una buena cantidad de conocimiento que está latente en el aldeano.

El Forum Radial Agrícola se ha vuelto o puede volverse una institución importante en la vida de la aldea:

- a) como cuerpo para toma de decisiones que puede acelerar las búsquedas comunes y
- b) como herramienta para formar una democracia aldeana con una base más amplia

de saberes y mejores fundamentos que la que provee el consejo elegido de la aldea.

El Forum Radial Agrícola es un agregado de lo más valioso para la vida de la aldea y debería ser algo permanente de aquí en adelante...

En suma, el experimento de Poona demostró de manera inequívoca, que el radio forum rural funciona bien incluso en las difíciles situaciones sociales y económicas de los países menos desarrollados. Puede por tanto ser una ayuda poderosa precisamente para acelerar la superación de esa situación de subdesarrollo.

Pero la misma gente que trabajó en Poona llamó la atención sobre las condiciones requeridas para que los forums puedan ser un éxito. Entre otros puntos, mencionaban que:

- 1) su experiencia se dio con gente predominantemente ocupada en la agricultura, quedando excluidas las tribus de la jungla y los grupos urbanizados;
- 2) los miembros del forum vivían relativamente cerca el uno del otro, por lo que se

considera que la población rural desparramada configura un caso completamente diferente;

3) los conflictos -políticos o de otro tipo- estaban apenas presentes en la población experimentada, por lo que es posible que los forums no funcionen donde prevalezca un intenso antagonismo entre los campesinos.

2.- La Expansión de los Forums a través de la India

El éxito global del experimento de Poona llevó al gobierno hindú a crear en 1959 el Radio Forum Rural Para Toda India, proyecto dirigido a extender la experiencia al resto del país.

Pasar de un caso piloto a la aplicación generalizada de la experiencia no es una tarea tan fácil. Factores técnicos, financieros y administrativos impiden a otros programas de desarrollo el poder reproducir las condiciones virtualmente ideales en las que se dio el experimento de Poona. Pero allí se aprendió bastante para aliviar al menos algunas dificultades proveyendo a las agencias interesadas de entrenamiento, información y consejo.

De hecho, la experiencia de Poona ha dejado una documentación muy útil sobre varios tópicos de importancia. (1) Por ejemplo: procedimientos para seleccionar las aldeas en las que fijar los forums, y para elegir los miembros de los forums y los funcionarios; especificación de las responsabilidades de los presidentes y secretarios de los forums, como también del organizador jefe; definición sobre el régimen deseable de relaciones de trabajo entre las agencias de desarrollo nacionales, estatales (de los diferentes estados) y locales para formar y hacer funcionar los forums; descripción de la estructura administrativa a nivel nacional, etc. También se dió importancia al proveer asistencia para decidir sobre el contenido y la forma o técnica de los programas, y para la preparación de los materiales suplementarios.

Menos de 900 forums se sabía que existían cuando se creó el proyecto de Radioforum Para Toda India. Cerca de cinco años más tarde (1963-64) se había saltado a casi 10,000. Con todo, para un país en el que la mayoría de la población vive principalmente en aldeas rurales (hay más de medio millón de aldeas en India en las que vive más del 80 % de la población), queda mucho por hacer. La expectativa era que al menos un 25 % de esas aldeas que tuvieran un receptor común de radio tuvieran forums. Dado que en 1961 se esperaba disponer de un número de aparatos receptores del orden de los 10,000, el objetivo fijado para el país era de 25,000 forums.

En el presente no hay información a mano como para saber hasta qué punto se cumplió el objetivo dentro de los plazos fijados. Se sabe, sin embargo, que 145,000 receptores para comunidades se habían puesto a disposición en 1965 y que 46,000 más serían distribuidos poco después.

Juntar ese incremento con el crecimiento de población significa la necesidad de establecer los objetivos más ambiciosos y difíciles para la expansión de los radio forums. El hecho, sin embargo, de que un solo estado -Madras- haya tomado la decisión en 1964 de organizar

(1) La UNESCO elaboró un compendio muy útil en vistas a dar a conocer la experiencia en otros países. Ver UNESCO (1967).

12.000 forums sugiere que India podría ser capaz de responder a esa responsabilidad vital y creciente.

3. - La Expansión de los Radio Forums. (1) Más Allá de la India

Impresionado por los resultados del experimento de Poona, el gobierno de Gana, en Africa, decidió embarcarse en una empresa similar. De acuerdo con la UNESCO y con la asistencia técnica y financiera de la Agencia Para la Ayuda Externa del Canadá, Gana instituyó un sistema de radio forum rural en 1964-65 y lanzó junto con él un proyecto de evaluación científica.

Se formó un comité directivo, compuesto por representantes de casi todos los ministerios más importantes y de las agencias para el desarrollo rural, para hacerse cargo de la operación.

El experimento se llevó adelante en la región Este de Gana con una área aproximada de 1.200 millas cuadradas y con una población de 200.000 campesinos, la mayoría de los cuales habla Akan.

Los investigadores seleccionaron 80 aldeas rurales (con un promedio de aproximadamente 1.000 habitantes), 40 experimentales y 40 con fines de control. Las aldeas experimentales fueron divididas en dos grupos de veinte aldeas cada uno:

Tipo A con un forum por aldea y Tipo B con dos por aldea. Veinte de las aldeas de control fueron rotuladas Tipo C y recibieron un equipo receptor pero no se organizó en ellas ningún forum; en las otras veinte aldeas de control no se proporcionaron radios ni se organizaron grupos de radioescuchas, y se las rotuló Tipo D. Cada forum tenía 20 miembros.

Se proveyó a los aldeanos de radios a pila sólo para el tiempo que durara el experimento: siete meses. Eran radio del tipo de banda fija, que únicamente podían sintonizar Radio Gana. Aparentemente no eran receptores poderosos, particularmente para la recepción al aire libre.

Se hicieron esfuerzos especiales para asegurar el equilibrio en la composición de cada uno de los 60 forums, usando para eso como principal criterio factores relativos al sexo, ocupación y educación formal. Los organizadores de forum, especialmente entrenados, nombraron a los miembros consultando con los aldeanos, de manera que los forums tuvieran el máximo de representatividad. De cada cuatro miembros, dos eran campesinos varones con poca o ninguna educación formal; otro era un varón cuya ocupación principal no era de tipo rural pero que había recibido una educación formal; y el cuarto era una mujer ocupada en tareas de campo y que tenía poca o ninguna educación formal.

(1) La experiencia de Poona llevó a definir el radio forum rural como "un club de entre 15 a 20 aldeanos que desean oír en forma organizada programas de radio seleccionados, como punto de partida para discutir entre ellos, para aumentar sus conocimientos e información, y, de ser posible, para poner en práctica algunas de las cosas que hubiesen aprendido a través de este proceso... En otras palabras, el radio forum rural es un grupo de aldeanos que escucha, discute y actúa" (UNESCO, 1965).

El experimento fue diseñado principalmente para probar la efectividad del radio forum rural como método para la educación de adultos y como método para estimular los esfuerzos de las aldeas para valerse por sí mismas.

Se utilizaron varios métodos para la recolección de datos, pero los principales fueron un survey hecho de la difusión y otro hecho después por medio de interviews personales con una muestra compuesta de 480 personas provenientes de las 80 aldeas.

Se hicieron en total 20 emisiones radiales de media hora cada una que se pasaban los domingos entre las 18:15 y las 18:45. Se distribuyeron 15 materias en cinco categorías, cada una llenando un período de cuatro semanas tal como sigue:

- 1) programas y política económica de gobierno
- 2) instituciones educativas y culturales
- 3) comercialización agrícola
- 4) salud y vida familiar
- 5) espíritu ciudadano y la comunidad se ayuda a sí misma.

Cada una de las cinco secciones de cuatro semanas se terminaba con un programa de preguntas y respuestas que permitía a algunos miembros de los forums acceder al canal de masas propio de la combinación, proveyendo de esa forma tal experimento de un mecanismo activo de feedback.

Descubrimientos del Estudio

Los descubrimientos generales del estudio proveyeron, en general, respuestas afirmativas a las preguntas que estaban implicadas en sus objetivos. A saber:

- 1) Diez de las quince materias difundidas dieron prueba de la influencia positiva de los forums. Las actitudes, el conocimiento y las acciones que se esperaban obtener, se dieron entre un 10 y un 27 % más en las aldeas de un forum (Tipo A) y/o en las que tenían los (Tipo B), que en las aldeas de control (Tipo C y Tipo D). En la mayoría de los casos, esas diferencias eran mayores entre los encuestados del tipo A y los del tipo D.
- 2) Tres de las quince emisiones no dieron como tal evidencia de los efectos del forum, pero reflejaron la influencia de las radios portátiles para uso público. En tales casos, no se registró ninguna diferencia importante entre los encuestados en las aldeas A, B y C, pero todos ellos mostraron una diferencia a su favor sobre las aldeas D de entre un 12 a un 14 %.
- 3) Dos de las quince emisiones no dejaban ver influencia alguna ni de los radio forums ni de la radio sólo.
- 4) En términos específicos, las diferencias de los resultados obtenidos en materia de conocimientos, actitudes y conducta varió según la naturaleza particular de los cambios buscados. En algunos casos, las diferencias eran mayores en las aldeas experimentales mismas, mientras que en otros, las diferencias fueron más grandes entre

(1) Cinco del total de las 20 emisiones estuvieron dedicadas a programas de preguntas y respuestas o de feedback.

5) En general, los datos dieron evidencia suficiente de que la ya clásica técnica de radio forum (leer, escuchar, discutir y actuar) es efectiva para las condiciones de la Gana rural. Mostraron también que la combinación de la radio y la discusión (radio-forum) es, en la mayoría de los casos, superior al uso de la radio sola. El experimentador jefe, sociólogo Helen Abell, concluía pues (UNESCO, 1968):

El proyecto de Gana puede ser considerado un éxito cuando se lo evalúa en términos del objetivo fijado de transmitir información y de estimular a la población rural al incremento de las actividades de auto-suficiencia... En términos de lecciones aprendidas que pudiesen ser aplicadas en la futura expansión del Radio Forum Agrícola en Gana o en cualquier otra parte de Africa, el proyecto piloto valió el esfuerzo, la mano de obra y los recursos materiales invertidos... La necesidad de una atención constante y consistente sobre los aspectos organizativos y administrativos del funcionamiento de los Radio Forums Agrícolas es la lección principal que enseñó el proyecto en su totalidad.

El experimentador formuló también varias recomendaciones que pueden ser de interés no sólo para la actual expansión de la actividad de radio forum en Gana, (1) sino también para otros países que estén planificando experiencias similares. Entre esas recomendaciones se subrayaban las siguientes:

- 1) Asegurar la organización de un comité de dirección verdaderamente activo e influyente que incluyera la participación y dedicación coordinada de todos los ministerios, agencias y asociaciones que tuviesen que ver con el desarrollo rural.
- 2) Asegurar el entrenamiento adecuado y anticipado de todo el personal del proyecto, tanto en los procedimientos administrativos como en los aspectos técnicos de su trabajo.
- 3) Proveer facilidades de transporte para el equipo que trabaja en el programa en todo el territorio que abarca la actividad del proyecto.
- 4) Proveer un servicio adecuado y repuestos para el funcionamiento de los aparatos.
- 5) Organizar bien la producción y distribución de material impreso para los forums, tales como guías, informes, etc.
- 6) Atender correctamente los pedidos de información o asistencia que vengan de las organizaciones locales.

Así como la India hizo lo mejor de sí para mejorar y adaptar la experiencia canadiense, Gana intentó pulir algunos procedimientos organizativos y mejorar las condiciones de investigación. La acumulación de descubrimientos de las investigaciones rigurosas de esta naturaleza, debería ser algo de sumo valor para los países que están pensando en darle una oportunidad a la idea.

(1) Incluso antes de que terminara el experimento, las autoridades de Gana habían resuelto ya consolidar y extender la actividad de radio forum.

UNDA - INFORMACIONES

VATICANO

Monseñor Deskur es nombrado Obispo

El Papa ha conferido la dignidad de obispo titular de Thenae a Mons. André-Marie Deskur, presidente de la Comisión pontificia para los medios de comunicación social.

Mons. Deskur nació el 29 de febrero de 1924 en Sancyginow, Polonia, siguió estudios en la Universidad de Friburgo/Suiza, doctorándose en Teología. Fue ordenado sacerdote en Friburgo el 20 de Agosto de 1950. Entra al servicio de la Secretaría de Estado en 1952, pasando dos años más tarde a la Comisión pontificia para el cine, la radio y la televisión. Desde 1964 hasta 1970 ocupó el cargo de subsecretario, del 70 al 73 el de secretario para los medios de comunicación social, siendo nombrado presidente en septiembre del último año.

Vº PREMIO UNDA SEVILLA

Las categorías elegidas por la Comisión Premio UNDA Sevilla, aprobadas por UNDA-Europa son las siguientes:
Categoría A: Renovación por el mensaje de la alegría

Muchas personas no encuentran acceso al mensaje cristiano o lo encuentran difícilmente, porque sólo ven en él la severidad y la renuncia del mundo. Pero Jesús y las grandes figuras de la historia de la Iglesia nos muestran que la alegría es un elemento esencial del mensaje cristiano. Nuestra sociedad actual, frecuentemente ha perdido el sentido del humor auténtico y de la alegría profunda. Los programas de radio que demuestran que el Evangelio es un mensaje de alegría, entrañan dentro de esta categoría.

Categoría B: La reconciliación de los hombres entre sí, mí mismo y con Dios

La falta de paz y tolerancia en las relaciones internas de la familia, los grupos sociales y políticos, y también en los diferentes niveles de la Iglesia, son el signo característico de nuestro tiempo. Los programas de esta categoría deben ayudar a mejorar las relaciones entre los grupos religiosos de la Iglesia y favorecer la comprensión entre los miembros de la familia y los grupos de la sociedad. Sin la reconciliación de los hombres entre sí, la reconciliación con Dios es una cosa imposible.

Categoría C: Canción

Cada vez con más frecuencia, especialmente entre los jóvenes, la canción religiosa se manifiesta como una forma de expresión de la religiosidad contemporánea. Las canciones deben conducir a la reconciliación entre los hombres entre sí y con Dios y pueden ser interpretadas

por solistas, grupos, coros o comunidades. Las canciones de esta categoría C deben, ofrecer a los auditores, en un estilo actual, este camino de la reconciliación explicado en la motivación de la categoría B.

GRADUADO

Su Santidad Pablo VI ha declarado "Año Santo" a 1975. UNDA, adopta para su "Vo. PREMIO UNDA SEVILLA", el tema del mismo: Renovación y Reconciliación

El tema del "Año Santo" es el camino de la reconciliación explicado en la motivación de la categoría B.

UNDA invita a los productores de programas de radio a difundir a través de sus ondas el pensamiento básico del Año Santo, dirigiéndose a los escuchas del mundo entero.

El Vo. PREMIO UNDA SEVILLA se celebrará del 7 al 11 de Octubre de 1975, en Sevilla-España.

CURSO INTERNACIONAL DE FORMACION PARA RADIO Y TELEVISION

A finales del mes de abril pasado ha comenzado en HATCH END (Inglaterra) un curso de producciones, bajo la dirección de Fray Agnellus Andrew y su equipo, asistidos por especialistas de la BBC e Independent Radio and Television de Londres. La duración de este curso es de 10 semanas.

El número de estudiantes participantes fue de 17 procedentes de 15 países.

Africa estuvo representada por seis estudiantes, el Vietnam por 2, Filipinas 1, y Cuba 1.

El representante cubano vive en Florida y se encarga de elaborar programas en lengua castellana para los 500.000 emigrantes cubanos que viven allí.

Los otros participantes del curso vienen de Sri-Lanka, Kenya, Gibraltar, Escocia, Taiwan, Inglaterra, Malasia, Rodhesia, e Islas Seychelles.

COMISION UNDA SATELITES

UNDA ha creado la "Comisión UNDA-SATELITES", con el fin de poner los progresos derivados de los satélites artificiales, los video-cassette y la televisión por cable, al servicio de sus objetivos.

Esta Comisión ha preparado un documento, dirigido a los miembros de UNDA, a otros Organismos Internacionales Católicos de los Medios de Comunicación Social y a otros organismos o personas interesados. El texto en su versión española será publicado en el próximo número de este Boletín.

Acompañará al mismo, un pequeño cuestionario, y desde ahora les invitamos a que presten su eficaz colaboración al mismo tiempo que por anticipado agradecemos su respuesta.

RUEDA DEL DIALOGO

LIMA, Perú 29 de Junio de 1974

Este mes hemos reflexionado sobre el "Proceso al que no pudo nacer". Se emocionarán si escuchasen las reflexiones de las señoras. El jueves estaban 14 madres de familia, a la luz de vela alrededor de una grabadora a pilas, nos quedamos charlando luego durante más de una hora.

Varios grupos están trabajando el mismo tema y el día 14 de Julio vamos a tener una jornada intensiva con señoras de Villa el Salvador y el Agustín (barriadas de Lima) que van a tener como tema "CONTROL DE NATALIDAD".

Ellas mismas están preparando los CARTELES PROGRAMAS FICHAS DE TRABAJO. Trataré de tomar fotos y les mandaré. Hay mucho entusiasmo. Después de este prepararemos otro tema que acabará siempre con un día de puesta en común conjunta.

Un grupo de muchachos por su parte han realizado este proceso "Del niño que no pudo nacer" en forma de teatro. Ha tenido un éxito colosal y ha concientizado muchísimo, es ya el segundo caso que llevan al teatro.

Cada vez me convengo más de que todo esto es un camino abierto de LIBERACION y de ESPERANZAS!!!

Ing. Jorge G. Rodríguez R. México 3 de Julio de 1974

Hicimos imprimir los guiones de TIERRA DE MUCHOS para nuestra edición en cassettes que ya anunciamos.

En cuanto a los usuarios, lo más notable ha sido una conversación que sostuve con María Elena Guzmán quien está recibiendo el P. Vicente. Me informó que los temas han gustado muchísimo al grado que en su anterior capítulo - ella es religiosa y su congregación dirige escuelas en toda la República - presentó el material, de inmediato se pusieron a sacarle copias en cassettes de manera que se está usando en todos sus colegios, ella tiene en la actualidad todos sus discos prestados. Los alumnos han dramatizado mucho casos, incluso uno de Jurado (Proceso en una aula). En forma especial me pidió una edición de cassettes con dos programas de Vicente, Una mancha de grasa y Cartas del Cerro María que ha encontrado especialmente útiles.

Fr. Cyrillo Mattiello, Porto Alegre, Brasil 10 de Julio de 1974

Hemos terminado ya la adaptación a lengua portuguesa de la serie "Tierra de Muchos" y pronto podremos ponerla a la disposición de los usuarios de nuestro país.

Por la actualidad del tema, nuestra actividad durante las próximas semanas se centrará en la promoción de este material, aunque continuemos igualmente con la distribución del P. Vicente, serie que está teniendo muchísimo éxito, tal como pueden ver, por la copiosa corres

pondencia recibida.

Con esta nueva aportación de SERPAL, estamos seguros de rendir un gran servicio al pueblo brasileño.

BICHA BIBLIOGRAFICA

La "Théologie Politique" Introduction à la théologie politique de J.B. Metz, 1e. Tome, par M. Xhaufflaire, Les Editions du Cerf, Paris 1972.

El conocido Profesor J. B. Metz, de la Universidad de Münster, cuando hace unos pocos años, en un congreso de marxistas y cristianos, lanzó sus primeras ideas sobre una nueva teología política, no pensó que tuviesen tanta repercusión. Para unos esa es la nueva tabla de salvación de la teología; para otros una vieja y equívoca expresión, que debería ser desechada para siempre. Y de hecho, la teología política no deja de suscitar algunas preguntas acuciantes. ¿No será esta una forma sublimada de recuperación de la ideología neomarxista? ¿No será una variante de una teología clericalista, dada por desaparecida y que vuelve nuevamente? ¿Un modo nuevo de expresar el viejo desprecio de la política práctica? O ¿será que tiene la función de transformar en oportunidad histórica la lenta agonía del cristianismo? De cualquier modo, los debates mismos, parecen demostrar que la teología política corresponde, a una necesidad actual o de justificación de un compromiso revolucionario por parte de los cristianos, o sino de un nuevo impulso cristiano para transformar el mundo. En efecto, los teólogos modernos a veces parece que han perdido la dimensión política de la fe. Y es justamente contra esa peculiaridad de la teología, que Metz se levanta para proclamar que lo que está en juego es la propia autenticidad del cristianismo. Este dispone de extraordinarias reservas escatológicas adormecidas, que si se las hace resaltar, servirán de móvil para una crítica radical de la sociedad, de la Iglesia y de la teología misma. Esta es la problemática que Xhaufflaire procura desarrollar, basándose en el propio Metz y sus críticos.

Después de aclarar los diversos sentidos de la expresión "Teología política" el autor expone a continuación la novedad introducida por Metz, el contenido de su teología política, la Iglesia y la ética como instancias intermediarias de la dimensión política de la fe, y finalmente la praxis de la teología política. Nos encontramos ante una contribución realmente interesante y fructuosa.