
Prioridades y criterios para estrategias comunicativas

Miguel Urioste F. de C.

CONSIDERACIONES PARA UNA ESTRATEGIA.

EL PROYECTO PRINCIPAL DE EDUCACION.

No es necesario retomar aquí los rasgos sobresalientes del Proyecto Principal (P.P.)*. Sin embargo, debemos tenerlos presentes para ubicar en ese contexto los planteamientos que desarrollaremos.

Debemos resaltar, no obstante, la frecuente desarticulación entre declaraciones de principios de instituciones estatales o privadas de educación y sus prácticas. *"El viejo sistema permanece casi intacto, solamente que adornado con ropajes conceptuales atractivos". (Rivera, (1)).*

Los documentos pertinentes están incluidos en este número de CHASQUI.

- 1.- RIVERA, Jorge "De la andragogía a la runagogía" *Revista Educar* No. 2. Quito 1980.

CULTURA, NACIONALIDADES OPRIMIDAS Y COMUNICACION.

El P.P. ha definido con claridad los sectores de población con los que habrá de trabajarse. Todos estos "sectores" son los marginados del bienestar económico y de los sistemas educativos formales, pero de ninguna manera son marginados culturales. Por el contrario, tienen una cultura propia. Sin embargo, la "cultura popular" no es homogénea, ni ideal, ni perfecta. Está hecha de contradicciones, de búsqueda de ser y de opresión, de negación de ser. Sus manifestaciones son variadas, dispersas, fragmentarias.

Un aspecto muchas veces pasado por alto y otras falsamente resuelto, es el referido a la gran diversidad cultural y étnica característica de nuestros países, y las unidades nacionales encargadas de la ejecución del P.P. no deberían y no podrían dar un solo paso sin conocer y compartir el universo cultural donde actúan.

El P.P. a través de un "uso participante de los medios" deberá tender a re-

Este artículo ha sido editado y resumido por Eduardo Contreras Budge, a partir de la ponencia original de Miguel Urioste. Aunque se han respetado a cabalidad las ideas y expresiones del autor, CHASQUI pide excusas por cualquier distorsión u omisión originadas por la reducción de la ponencia a un tercio del original. El contenido de la ponencia de Urioste representa las opiniones del autor, y no expresa necesariamente la opinión de ALER ni, como es práctica usual, compromete a la UNESCO.

forzar antes que a debilitar la identificación étnica. El mayor problema está en plantear o proyectar una *identidad nacional*, la cual en nuestros países sólo podrá ser una *identidad plural*.

La comunicación participativa, si realmente es tal, no deberá proyectar una identidad niveladora y conciliadora, sino plural y por tanto conflictiva, enraizada en un proyecto colectivo de las mayorías. Esto significa proyectar una "identidad crítica". En otras palabras, la comunicación educativa debe generar posibilidades de verdaderas fuerzas de reconstrucción de las naciones latinoamericanas que estén caracterizadas no por la uniformidad sino por la *multiplidad*.

NUEVAS OPORTUNIDADES COMUNICATIVAS: EMISORES CREATIVOS Y RECEPTORES CRITICOS.

Muchas veces en los proyectos educativos, el inicio de un proceso de uso de los medios de comunicación social, es una decisión casi exclusiva de las autoridades educativas, que refleja el interés de los técnicos y planificadores de enviar diversos contenidos hacia los sectores analfabetos y/o campesinos. En estos casos, no existe una participación campesina inicial, ni existen procesos de priorización de los mensajes. Muchas veces, los medios de comunicación social mal usados en programas educativos o de desarrollo promueven la pasividad receptiva, la identificación con un mundo fantástico, alienante, y disminuyen notablemente la creatividad.

El uso de los medios dentro del P.P. está concebido implícitamente para pasar de una comunicación no democrática y vertical a una comunicación democrática—horizontal.

Pero la comunicación no es simplemente una cuestión técnica que se trata independientemente de las estructuras sociales. No basta con instalar canales, antenas, transmisores . . . para que haya comunicación. Existen barreras muy grandes y hábilmente montadas que hacen que los canales de comunicación sigan el patrón de la estructura social.

Puesto que se descarta el uso de los medios en una perspectiva meramente difusionista (transmisión de conocimientos y "verdades" del que los tiene al que no los tiene), debe quedar explícitamente

señalado que usar los medios dentro del P.P. no puede significar transmitir mecánicamente, por radio o TV., los contenidos de la escuela tradicional.

La finalidad principal de estrategias de uso combinado de medios para el cumplimiento de los objetivos del P.P., debe ser constituirse en animadoras, promotoras o facilitadoras de procesos de comunicación educativa, reproduciendo la cultura y los intereses de los campesinos, los indígenas, los trabajadores—marginados urbanos, potenciando la expresión de sus necesidades y comunicando sus propias alternativas de cambio.

Cualquier estrategia de uso combinado de los medios que pretenda ser horizontal—participativa, debe insertarse en los procesos sociales, en las estructuras de las organizaciones de base y ser parte de ellas.

Una primera conclusión, y seguramente la más importante, es que *para el diseño de cualquier estrategia educativa (en nuestro caso el uso combinado de medios para la educación), una condición básica y esencial es la participación organizada de las poblaciones con las cuales se va a trabajar, en el diseño de la estrategia y en todos los pasos consecuentes de su implementación—evaluación.*

ASPECTOS CRITICOS DE LA COMUNICACION PARTICIPATIVA.

La comunicación participativa enfrenta algunos puntos críticos que deben ser cuidadosamente tratados (O'Sullivan, 1980),(2).

- a) *La autoexpresión.* No se trata solamente de garantizar mecanismos adecuados de "retroalimentación", sino posibilitar la auténtica expresión de los adultos.
- b) *Respeto y valoración cultural.* En una realidad cultural y racial tan compleja como la latinoamericana, es fundamental la reconstrucción cultural y su articulación a niveles nacionales. Asimismo, muchas veces la llamada "participación" no es sino una forma sutil de manipu-

(2) O' SULLIVAN, J. "La radio como centro de desarrollo regional: ensayos y resultados en América Latina", Venezuela 1980.

lación que tiene efectos contraproducentes de alienación.

- c) *Detención de las necesidades reales.* Muy fácilmente diagnósticos, estudios . . . y a veces la propia expresión de las comunidades, se quedan en la identificación de sus necesidades sentidas pero que no siempre son las reales, o bien se quedan con la imagen inmediata y no llegan a las causas fundamentales.
- d) *El basismo y el espontaneismo.* Se piensa que por ser popular, de la base, es bueno. No se tiene en cuenta lo contradictorio y heterogéneo de lo popular, hecho de elementos e impuestos, de dominación y resistencia. Se piensa ingenuamente que los marginados, aislados de otros grupos sociales, son los únicos y exclusivos protagonistas de estos procesos. Generalmente el basismo viene acompañado de actitudes espontaneistas que desechan cualquier forma de organización y planificación del trabajo.

"El proyecto principal, a través de un uso participante de los medios, deberá tender a reforzar antes que a debilitar la identificación étnica".

No es casual que en este trabajo señalemos un rol prioritario y determinante a *la radio*. Tanto por su reducido costo, como por los espacios geográficos que cubre, la radio es aún el único medio de comunicación que prácticamente tiene una cobertura total. El gravísimo dilema está en el tipo de radio: en Latinoamérica son 3.255 radioemisoras transmitiendo un promedio de 15 horas diarias, es decir, 50 mil horas radiales de programación vertical—antico-municativa, alienante y consumista. Frente a dicho panorama, apenas un poco más de un centenar de emisoras de radio y menos de una decena de canales de TV en la región han optado por comunicación participativa—alternativa.

Instituciones que hacen uso de multimedios están logrando avances significativos en el aprovechamiento de las potencialidades comunicativas de la radio y la TV. Está comprobada la necesidad de combinarlas con otros medios, inclusive de los interpersonales. Así, hay más impacto si se está en estrecha vinculación con mecanismos de comunicación grupal y de retroinformación. Pero si se inicia el proceso educativo en la preinformación, es decir, con la palabra directa y original de las bases, no como reacción sino como iniciativa de uso del medio o para dar a conocer su palabra, se va generando un verdadero proceso de comunicación horizontal entre personas, organizaciones, comunidades y regiones.

EL USO DE LOS "MEDIOS COMERCIALES" EN FUNCION DEL PROYECTO PRINCIPAL.

Como en algunos Estados no existe la voluntad de enfrentar decididamente las causas del subdesarrollo y la dependencia, tampoco habrá la voluntad política de generar procesos de educación permanente que lleven al pleno logro de los objetivos del P.P. Ni se adoptarán las disposiciones pertinentes para un uso educativo masivo de medios de comunicación comerciales. Obviamente, podrá haber excepciones significativas. Pero, en general, el aprovechamiento educativo de los medios comerciales no deja de ser una meta lejana. Debe estudiarse en cada país, además de la posibilidad de lo anterior, la propia conveniencia de usar medios que son piezas claves de un sistema negador de la genuina comunicación. En efecto, dentro de la programación global de un medio debe existir coherencia. No puede haber mensajes opuestos o contradictorios. Ciertamente que el marco teórico del P. P. no es el mismo que anima a los medios comerciales.

En síntesis, el uso masivo de los medios de carácter comercial en función de los objetivos del P.P. está grandemente limitado:

- Por la finalidad principalmente comercial de estos medios.
- Por las limitaciones en legislación y reglamentación que establezcan espacios educativos y/o culturales gratuitos para el estado.



- Aún en el caso de lograrse espacios adecuados para la emisión de algunos programas educativos por dichos medios, surgen contradicciones entre programación global y mensajes educativos.

- Por la imposibilidad de generar, a través de esos medios, verdaderos procesos de comunicación educativa ya que no existirán mecanismos de pre y retroinformación permanentes y dinámicos.

Pero es en todo caso conveniente diseñar estrategias nacionales para superar los impedimentos antes anotados. Ello sólo se podrá hacer para cada caso en particular y a partir de circunstancias coyunturales muy específicas.

UN SISTEMA REGIONAL DE TELEDUCACION:FACTIBILIDAD E INCONVENIENCIA.

En la década de los sesenta, varios intentos de utilización de los satélites y microondas para la educación a nivel regional fueron tomando cuerpo.

Hace algunos años se encomendó a la UNESCO y ésta a su vez a un equipo de expertos de diversos países, el estudio de viabilidad de un sistema regional de teleducación para los países de América del Sur, que con el tiempo vendría a denominarse Proyecto SERLA (UNESCO/PNUD, 1975), (3)

El Proyecto SERLA debía estudiar la factibilidad de hacer uso de las más modernas tecnologías de satélites y microondas y conectar a todos los países de habla castellana en un solo programa teleducativo, en base a sistemas nacionales de teleducación.

El estudio de viabilidad de SERLA recomienda y destaca la importancia de los sistemas nacionales de teleducación, como un paso previo y necesario al Sistema Regional-subcontinental y concluye que sí es posible la creación y puesta en marcha de un sistema regional de teleducación dados ciertos parámetros técnicos y económicos.

El proyecto SERLA nos coloca en el centro de nuestro trabajo: las estrategias del uso de los medios para la educación. Es posible que esta estrategia sea viable técnica y económicamente, pero consideramos que es inconveniente en lo central: lo comunicacional y educativo.

La estructura verticalista del sistema, el monopolio de unos pocos "productores" y "difusores" de conocimientos para las grandes masas latinoamericanas, los impresionantes requerimientos de personal técnico especializado, la total desconexión con las estructuras populares de organización, la total desaten-

(3) UNESCO/PNUD. "Estudio de viabilidad de un sistema regional de teleducación para los países de América del Sur" Vol. 1. París, 1975.

ción del elemento comunicativo que es central a todo proceso de teleducación... *no hacen sino descalificar esta estrategia de uso de los medios, que, en última instancia aparece contraria a la finalidad del Proyecto Principal de Educación.*

ESTRATEGIAS DE USO COMBINADO DE MEDIOS PARA LA EDUCACION.

1. CONDICIONES ESENCIALES.

Podemos diferenciar cuatro instancias en las que pueden desarrollarse las estrategias de educación:

a.- Aquellas que están comprendidas en políticas nacionales de desarrollo con énfasis casi exclusivo en la acción del Estado, generalmente a través del Ministerio de Educación y Cultura.

b.- Aquellas propuestas y ejecutadas por los Organismos No Gubernamentales (ONG), con énfasis en el papel de las Iglesias y comunidades cristianas de base.

c.- Aquellas políticas diseñadas y ejecutadas por los sectores populares con énfasis en el papel de las organizaciones representativas de estos grupos.

d.- Instancias de encuentro, confrontación y coordinación.

Este documento de trabajo se ubica en esta última instancia. Cada situación histórica concreta determinará los grados, niveles e intensidad de este encuentro, confrontación y coordinación. Para cada situación corresponde diseñar una estrategia particular.

Precisamente, los elementos que intentaremos recapitular a continuación nos permitirán reconocer y ubicar algunas de las necesidades prioritarias de ese encuentro, confrontación y coordinación:

— La radio y la televisión pueden ser instrumentos útiles para la teleducación, la educación de adultos y/o la educación popular, pero su carácter de medio masivo, particularmente de la radio, no se pierde por ello.

— En Latinoamérica existen miles de radio emisoras comerciales y centenares de cadenas de televisión comercial, que muchas veces manipulan la información y no hacen real comunicación. Este contexto comercial-empresarial, adverso a los objetivos del P.P. disminuye las posibilidades reales de usar los medios con una perspectiva educativa-comunicacional.

— Si las unidades nacionales del P.P. se consideran una instancia de apoyo al cambio social, seguramente concebirán a los sujetos de su acción como sujetos autónomos, con sus propias formas de organización social.

— La concepción comunicativa-educativa del P.P., no deberá ser, por lo tanto, de uno que enseña al que no sabe, sino una relación compleja en la que interactúan agentes sociales en un determinado contexto social. Debe concebirse como instrumento para acompañar procesos sociales de cambio, donde la educación de los adultos es uno de los elementos importantes, pero ciertamente no es el único.

— Las unidades ejecutoras del P.P. no deberían desempeñar el liderazgo o conducción de grupos sociales; tampoco deberían convertirse en el eje de procesos de transformación social. Parece más adecuado concebir su rol como instrumentos catalizadores que posibiliten procesos de comunicación educativa.

— La finalidad del P.P. (según lo han ratificado los Ministros de Educación del área en Abril de 1981 en Quito) apunta hacia la construcción de una sociedad cualitativamente distinta, proceso que necesariamente llevará a la confrontación de las fuerzas sociales y sus expresiones institucionales opuestas al cambio.

— Ignorar el hecho de que la acción educativa para el desarrollo supone confrontación o bien es una ingenuidad o esta educación de adultos está orientada hacia el inmovilismo y fortalecimiento de sistemas y estructuras de dominación.

— Por eso, cualquier estrategia de uso de los medios para apoyar el cumplimiento de los objetivos del Proyecto Principal de Educación de la UNESCO, supone:

- a) El conocimiento de los proyectos económicos, sociales y políticos que se desarrollan desde los sectores de poder, nacionales y extranacionales, que impiden el acceso a la educación a la gran mayoría de nuestras poblaciones nacionales.
- b) El conocimiento de los mecanismos educativos, en nuestro caso particularmente de comunicación, y el uso que estos sectores de poder hacen de estos mecanismos para viabilizar sus proyectos.
- c) El conocimiento de la fuerza que tienen dichos sectores, sus contradicciones y potencialidades.
- d) El análisis del Estado como el espa-



Grabando las clases el alumno de Escuelas Radiofónicas puede escucharlas cuantas veces necesite.

cio de articulación de poder económico y político.

— Pero al mismo tiempo, para el diseño de estrategias de educación de adultos en la perspectiva del P.P. es necesario:

- a) El conocimiento del nivel de conciencia y organización alcanzados por las grandes mayorías de sectores populares de nuestros países.
- b) El análisis de la fuerza real con que cuentan y el tipo de proyecto social que alientan.
- c) El conocimiento de los sectores, grupos y bloques sociales que animan proyectos convergentes de transformación de la sociedad.
- d) El análisis del espacio político-social que existe para el desarrollo de propuestas de transformación social.

— El conocimiento de estos procesos y la ubicación de las acciones del P. P. dentro de los mismos, es una condición básica para el diseño de las estrategias nacionales.

2. LAS DOS GRANDES ESTRATEGIAS DE USO COMBINADO DE MEDIOS PARA LA EDUCACION POPULAR.

Pocos son los estudios que comprenden análisis de la totalidad de los medios de comunicación: televisión, radio, prensa y los medios grupales. Sin embargo, en los últimos años encontramos varias investigaciones sobre el uso de la radio como elemento central-articulador del uso de multimedios para la educación.

Algunos autores (como Emile McAnany, 4), sostienen que desde una perspectiva histórica existen relativamente pocas estrategias de radio educativa rural, difundidas en un gran número de lugares y muchas veces sin la suficiente adaptación a factores particulares. Existen por los menos 5 modelos o estrategias principales: transmisión abierta, radio instruccional, radio para animación y/o participación, radio-foros rurales, y escuelas radiofónicas.

***“Tanto por su reducido costo,
como por los espacios geográficos***

***que cubre, la radio es aún
el único medio de comunicación***

***que prácticamente
tiene una cobertura total”.***

En la actualidad, la mayoría de los Organismos No Gubernamentales (ONG) utilizan una estrategia multimedia: combinación de mensajes radiales o televisivos con comunicación interpersonal y diversos materiales impresos, además del uso ocasional de cassettes, diapositivas, discos-estudios, videos.

En general, las instituciones de educación radiofónica de América Latina utilizan la radio, los materiales impresos y la reflexión grupal para el proceso de enseñanza-aprendizaje. Estos tres elementos se complementan entre sí, aunque con diferentes acentos. El medio radial (o televisivo) emite mensajes educativos y promocionales para instruir, informar, motivar, animar y reflexionar; el material impreso retoma este mensaje y lo profundiza, facilita su comprensión y retención didáctica; el contacto grupal enriquece la relación y moviliza acciones concretas.

El Proyecto ASER*, primera investigación comparativa regional, constata una diversidad y complejidad de metodologías de uso combinado de los medios, pudiendo agruparse éstas en dos grandes estrategias globales, según el énfasis dado a educación integral más “formal” o a actividades educativas no formales de apoyo y fortalecimiento a grupos y organizaciones de base.

* Se trata de una investigación descriptiva de carácter regional sobre la educación radiofónica en América Latina, con el objeto de explorar la problemática global de 27 instituciones de Educación Radiofónica de 14 países del continente americano. (ALER, 1982): *Análisis de los sistemas de Educación Radiofónica*. Quito, 1982.

En suma, plantearemos que el uso combinado de medios de comunicación social en América Latina se hace a través de dos grandes estrategias empíricamente comprobadas:

- a) La de las instituciones que han orientado su accionar hacia la educación formal: alfabetización, educación acelerada básica, secundaria (y universitaria) para adultos.
- b) La de las instituciones que han priorizado la educación no formal: comunicación educativa para la promoción social.

3. EL USO DE LOS MEDIOS PARA LA EDUCACION FORMAL.

Dentro de los escasos medios no comerciales con servicios educativos, hay instituciones importantes y representativas que ofrecen cursos sistemáticos de alfabetización, educación básica y secundaria acelerada para adultos o universidad o distancia.

Son experiencias de aprendizaje que suponen un avance secuencial, acumulativo e integrado. Los contenidos son seleccionados, en general, a partir de los programas oficiales de educación, modificados y adecuados para la enseñanza de adultos, introduciendo temas que suelen responder a las necesidades de los “alumnos” y promueven la reflexión y acción grupal.

El sistema es empleado generalmente en áreas suburbanas y cuenta con los siguientes elementos:*

* Nos basamos en documentos del sistema ECCA español, de instituciones radiofónicas “Fe y Alegría” y otras de la región.

(4) McAnany, E. “El papel de la radio en el desarrollo: cinco estrategias de utilización” Bogotá 1974.

- a) El material impreso: esquemas, cartillas o textos.

El material impreso se usa simultáneamente con la emisión radial (o televisiva). Toda clase se apoya en un esquema, cartilla o texto. Sin el esquema o material gráfico generalmente no se puede seguir ni entender una teleclase.

Estos impresos preparados por equipos pedagógicos especializados cumplen la misión de una ficha de trabajo. El alumno escribe en el esquema, a medida que escucha las explicaciones del profesor a distancia. Se incluyen allí también los ejercicios a realizarse con posterioridad a la clase receptada. El conjunto del material queda, además, como libro de texto. Los "esquemas" se complementan con impresos creados con los alumnos.

- b) La clase por radio o televisión.

La clase no se asemeja a ningún programa radiofónico o televisivo tradicional. Es una explicación del contenido del material escrito. El alumno escucha la clase, sentado en una mesa de trabajo con el lápiz en la mano y llevando a cabo las instrucciones del profesor.

- c) Profesor Orientador, tutor, guía o monitor.

Todos los alumnos están vinculados a un grupo semanal de reflexión, normalmente establecido cerca de su propio hogar, con un Profesor Orientador. Cada semana, éste entrega el nuevo cuadernillo de esquemas, recoge el material trabajado, orienta pedagógicamente, explica puntos oscuros, evalúa, motiva y estimula. Recibe además la cuota semanal del alumno.

La complementariedad y sincronización entre los tres elementos señalados es tan estrecha que ninguno se puede usar por separado. Aquí radica la eficacia docente del sistema -eficacia para el aprendizaje y eficacia para la motivación del alumno adulto-, pero aquí radica también la dificultad mayor que ofrece su implantación. Es muy grande el esfuerzo humano y estructural que requiere la consecución de esta sincronía en el uso de los tres elementos.

- d) Concepción de los cursos.

La mayor dificultad técnica que ofrece la creación de cualquier sistema de enseñanza a distancia, es que el acto

didáctico, que es único, se encuentra desdoblado: en efecto, se realiza por el equipo de profesores que conciben el curso, crean el material impreso y planean la sincronización de sus elementos; por la pareja de profesores que graban la clase en sincronía con el "esquema" o material impreso preparado; por el profesor orientador, tutor o guía que se encuentra personalmente con un grupo de alumnos cada fin de semana. Todos estos profesores han de trabajar con conciencia de que realizan un acto didáctico único, aunque desdoblado.

Antes de impartir sus primeras clases, la institución experimenta con un grupo de alumnos para estudiar directamente sus reacciones y poder así corregir tanto los "esquemas" como las mismas grabaciones. Asimismo, la información obtenida de los alumnos permite remodelar cursos ya creados. El sistema debe considerar las necesidades del alumnado y adecuarse a su realidad concreta.

- e) Impresión del material y grabación de las clases.

Es necesario un departamento y un taller propio de reproducción de material impreso. La creación de dibujos y el diagramado de los textos impresos se conciben como tareas pedagógicas, inseparables también del acto didáctico único.

Los propios profesores graban las clases, pero no se guardan las grabaciones para el siguiente ciclo, intentando adecuar al máximo la comunicación con el alumno.

- f) Cauce semanal de ida y vuelta institución-alumnos.

Implantar esta estrategia exige un cauce semanal de envío y recepción de materiales (institución-tutor-alumnos-tutor-institución). En la práctica, el establecimiento y operación de este circuito es muy difícil.

En determinados lugares con dificultades de recepción radial se ha ensayado con éxito la distribución de las clases en cassettes. Su entrega y devolución se realiza cada semana por medio del Profesor-Orientador.

- g) Captación de alumnos.

La motivación inicial del alumno es el primer problema que enfrenta la edu-

cación de adultos. Algunas instituciones cuentan con una emisora propia para la realización de esta tarea. El poder de convicción de una emisora de radio o de un canal de televisión dedicada *exclusivamente* a la formación de la gente es algo difícil de cuantificar, pero muy importante. La imagen pública que consiga un medio de este tipo es el principal elemento motivador para la gente.

Se usan también otros recursos motivadores complementarios. Los Centros semanales de Orientación o Reflexión son a la vez Centros de Matriculación y están generalmente ubicados en todas las localidades donde llegan las emisiones.

- h) Seguimiento del alumno.

El alumno debe acudir cada semana al Centro de Orientación para completar, con el encuentro presencial con los otros alumnos y con el Profesor Orientador, su proceso de enseñanza.

Resulta fundamental que el alumno adulto sepa que existe una persona concreta, con nombre y apellido, que le conoce a él personalmente y que sigue con detalle sus trabajos. Se elimina así la impersonalización que suelen presentar los centros de enseñanza a distancia. La fuerza moral de este Profesor Orientador sobre sus alumnos es muy importante para alentar, animar, inspirar confianza y, en general, para personalizar el proceso de enseñanza. Ella se acrecienta con la ejercida por las otras personas, también adultos, con las que el alumno se encuentra siempre en el Centro de Orientación.

- i) Proceso de evaluación.

En esta estrategia es posible un proceso evaluatorio individual muy semejante al realizado en centros presenciales convencionales.

Como cada curso tiene objetivos y contenidos bien determinados, es posible detectar, con pruebas de acceso, para qué curso está preparado el alumno que llega.

Como complemento de la clase, la parte posterior de todos los esquemas contiene ejercicios que el alumno debe realizar por su cuenta para fijar mejor y aplicar la materia estudiada. Estos ejercicios permiten la evaluación del alumno.

Todos los alumnos, además, participan en tres sesiones presenciales de evaluación. Allí el alumno responde a cuestionarios cuyo contenido no conoce previamente. La corrección de estos cuestionarios proporciona la base principal para la calificación del alumno.

Por el mismo sistema se realiza la prueba final, cuya calificación será ponderada con las anteriores.

j) Control: evaluación del sistema.

Las calificaciones obtenidas por los alumnos aportan un primer elemento para el enjuiciamiento de la calidad de las enseñanzas impartidas. Otro dato numérico útil para evaluar la calidad de las enseñanzas que se imparten es el índice de permanencia del alumnado. Pero más que estos datos numéricos, aportan los contactos que continuamente se establecen con los Profesores Orientadores:

Para atender a este flujo de información, la Institución mantiene constantemente sus cursos "inacabados". Cada año se repite la impresión del material impreso y la grabación de las clases. Esta es la única forma de que los cursos se mantengan vivos, conectados con la realidad y susceptibles al cambio.

4. EL USO DE LOS MEDIOS PARA LA EDUCACION NO FORMAL: SIETE LINEAS DE ACCION*.

En las instituciones en las que se usan los medios para la educación no formal, generalmente en el área rural, las experiencias de comunicación educativa se refieren a programas y actividades relacionadas con salud, agropecuaria, derechos humanos, organización social, promoción humana, cultura, economía, . . . etc.

Los contenidos de estos programas son seleccionados de manera que respondan a las características de la pobla-

ción—meta. Estos contenidos siguen ritmos y tiempos de la vida rural. Las condiciones de vida de los indígenas y campesinos, conocidos por el contacto directo y sistemático con las comunidades, son la fuente principal para los contenidos. Esta estrategia de uso combinado de los medios orienta sus tareas a través de las siguientes líneas de acción:

1.- Emisión para audiencia abierta (radio o TV).

La emisión para audiencia abierta tiene como objetivos:

— Proporcionar información sobre acontecimientos a nivel regional (local) nacional e internacional, para lograr conocimiento, reflexión y posición sobre lo que sucede.

— Elaborar y emitir programas con los habitantes del medio rural que les posibilite reflexionar acerca de sus derechos y deberes.

— Generar canales de comunicación para la palabra del campesino, indígena, agricultor o trabajador urbano marginal.

— Proporcionar información técnica y organizativa que propicie su participación en acciones comunitarias solidarias.

La metodología de trabajo consiste en desarrollar diferentes programas (entrevistas, informativos, radioteatralizaciones, diálogos, mensajes, reflexiones, amenidades . . .) en función de una guía temática elaborada previamente con los habitantes del lugar. Cada programa tiene contenidos específicos en función de la temática que trata (alfabetización, agropecuaria, sindicalismo . . .) abarcando siempre de manera combinada aspectos técnicos—agropecuarios y sociales—organizativos.

Estos diferentes programas, que conforman una programación de conjunto, "equilibran" el mensaje de la institución (programas elaborados por ella, aunque siempre en base a la permanente relación con las actividades de campo), con aquellos programas elaborados directamente por los habitantes rurales en sus propias comunidades o caseríos y luego transmitidos por la emisora.

2. Emisión para audiencia organizada.

Los objetivos de la emisión para audiencia organizada son:

— Constituir un instrumento de relacionamiento directo entre comunidades e institución, generando procesos

La comunicación también se realiza con medios artesanales.



* Las ideas de este acápite son tomadas de una experiencia concreta en la que participó el autor durante los años 1977-80 en el altiplano aymara de Bolivia: El programa ECO-RA-KHANA de la Asociación de Educación Radifónica de Bolivia (ERBOL). Este programa recogió sistemáticamente diversas metodologías de educación no formal que entonces se llevaban a cabo en Bolivia.

permanentes de pre y retro información.

— Fortalecer dichas relaciones y profundizar procesos educativos.

— Recoger con los campesinos información pertinente, problemas y necesidades reales de modo sistemático y permanente, y con retorno a la fuente.

La metodología de trabajo requiere de:

Espacios radiales o televisos semanales, material impreso, grupos “naturales” de audiencia, participación activa y sistemática de campesinos, indígenas, emitiendo sus opiniones a través de material impreso o grabaciones especiales que sirven de base para programas posteriores.

Si se cuenta con estos elementos, la metodología empleada consiste en:

— Elaboración de una guía temática en base a unidades centradas en el calendario agrícola y a hechos significativos del acontecer nacional y local.

— Edición semanal de un cuaderno o cartilla con unos dos tercios dedicados a los contenidos generales, tema central, agropecuaria, económica . . . y un tercio dedicado a recoger las opiniones de los campesinos, indígenas y sus respuestas a las preguntas sobre el tema central.

— Cada semana se distribuye un número del cuaderno y se recoge la hoja de preguntas y respuestas del número anterior; los contenidos más significativos “alimentan” el proceso.

— Cada semana también se elabora un programa especial de radio o televisión para complementar y profundizar los temas del cuaderno.

— La retro información semanal se basa en el estudio de las opiniones emitidas en la hoja de respuestas, que sirve además para otros programas de audiencia no organizada.

— Se impulsa la formación de pequeños y familiares grupos de audiencia semanal para facilitar la discusión en torno al cuaderno y programa semanal.

— Al finalizar el período los participantes del “curso” que demostraron interés y participación constante reciben un certificado de participación.

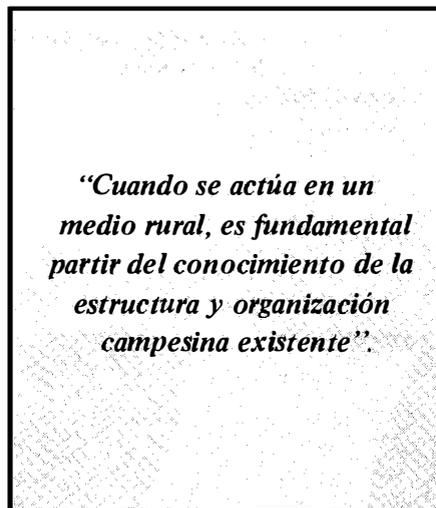
— El registro y la tabulación de las

hojas de respuestas recogidas durante todo el ciclo (6 meses) es uno de los principales elementos de evaluación final del “curso”. Los datos obtenidos por estas hojas de respuestas son utilizadas para programar las líneas de acción del próximo año.

3. Capacitación de capacitadores.

Sus objetivos son ofrecer capacitación preferencial y sistemática en aspectos técnicos y sociales a dirigentes de sindicatos, cooperativas, grupos de audiencia, asociación de productores, grupos o clubes culturales, comunidades de trabajo.

La metodología empleada consiste en: breves talleres prácticos de entrenamiento, capacitación técnica y promoción social (4 días y 20 participantes por curso); la experiencia se repite durante el año en base a ciclos y áreas de contenidos. Los participantes van eligiendo las áreas de su preferencia y van especializándose en su autocapacitación (contabilidad básica, técnicas de cultivo, legislación laboral . . .).



4. Festivales educativos.

Los objetivos de los festivales educativos o ferias culturales son:

— Ofrecer posibilidades de vinculación e interacción a comunidades, caseríos, próximos entre sí, facilitando la nuclearización; posibilitar la participación conjunta de varias comunidades en actividades educativas no formales y recreativas; estimular y reforzar las acciones de formación permanente en comunidades (ver apartado siguiente); establecer mayores relaciones entre la Institución y las comunidades.

La metodología de trabajo de los festivales es minuciosa y requiere de gran dedicación para:

— Seleccionar la comunidad—sede; contactar autoridades y líderes naturales y constituir entre todos un “comité profestival”; promocionar el festival, invitando a comunidades y caseríos vecinos en un radio de 15 kilómetros; y realizar el festival en base a las siguientes actividades (de acuerdo con región, clima, etc):

Deporte individual y grupal; teatro popular en idioma nativo y con actores de la propia comunidad sobre temas locales coyunturales; exposiciones artesanales y agropecuarias de los mejores productos elaborados y/o cosechas en todas las comunidades y/o caseríos; concursos de preguntas y respuestas sobre los contenidos de los cuadernos semanales; demostraciones técnicas (vacunaciones, siembras); exposición y debate de audiovisuales; baile y música folklórica del lugar. Todo esto se transmite en vivo y en directo por la emisora o por el canal de televisión. Luego se evalúa el festival en la misma comunidad y con los participantes.

5. Formación permanente en comunidades o caseríos.

La formación permanente en comunidades tiene como objetivos:

Motivar la comprensión de su realidad dentro de contextos mayores; propiciar y reforzar la organización y las instituciones comunales o, en base a los problemas regionales, proponer alternativas de organización; proporcionar información sobre medios técnicos indispensables para la producción agropecuaria y sobre las condiciones socioeconómicas de los campesinos o indígenas en el contexto nacional; dar apoyo especial en capacitación a grupos de población previamente seleccionados, detectando “dirigentes” en apoyo del trabajo comunal.

La metodología de trabajo consiste en:

Seleccionar 20 a 30 comunidades o caseríos; priorizar estas comunidades en cuanto a la intensidad del trabajo y ubicar los núcleos geográficos de las mismas; formalizar el trabajo a través de contactos previos del personal de la institución con los dirigentes de la comunidad o caserío; realizar reuniones iniciales de diagnóstico y planificación en ca-

da comunidad prioritaria para establecer contenidos y modalidades de capacitación permanente. Las principales técnicas son: reuniones, discusiones, cassettes audiovisuales y debates, demostraciones agropecuarias, juegos pedagógicos, sociodramas, grabación de debates, audiciones de programas radiales o televisivos, entrevistas.

6. Apoyo a organizaciones de base.

Sus objetivos son: Reforzar y apoyar las organizaciones de base ya existentes en el área de trabajo; apoyar la consolidación y expansión de aquellas organizaciones más representativas; incentivar la organización de asociaciones de base de carácter económico reivindicativo; generar y potenciar las relaciones intercomunitarias basadas en la ayuda mutua.

La metodología de trabajo para dicho apoyo consiste en: breves diagnósticos sobre características de la organización social en la zona; encuentros locales y regionales de dirigentes de organizaciones de base y personal de las instituciones; asesoramiento técnico en las diferentes etapas de los procesos organizativos; canalizar la prestación de servicios de asistencia técnica; programar contenidos con los dirigentes.

7. Relacionamiento con la educación formal-escolar.

Estos objetivos son generalmente difíciles de alcanzar. Se busca: Superar la visión competitiva y excluyente entre educación formal y no formal; generar formas específicas de relacionamiento y cooperación entre los agentes educativos formales y no formales; generar acciones educativas compartidas entre maestros de las escuelas, niños, adolescentes y adultos; influir mutuamente los procesos educativos escolar y extraescolar.

Como metodología de trabajo se propician encuentros periódicos entre educadores formales y no formales, en oportunidad de reuniones de trabajo de la comunidad; se organizan conjuntamente, entre agentes educativos formales, no formales y autoridades comunitarias, diversos eventos (especialmente festivales educativos); se buscan importantes modificaciones del currículo y metodología de capacitación de maestros normalistas; se da tribuna libre para que el gremio de maestros se exprese por la emisora o el canal de televisión periódicamente.



“La motivación inicial del alumno es el primer problema que enfrenta la educación de adultos”.

RECAPITULACION DE ESTRATEGIAS

En suma, hemos visto cómo estas dos grandes estrategias obedecen a la realidad específica de cada contexto y al objetivo que se fija cada institución:

a) Cuando los objetivos generales son impartir cursos sistemáticos, escolarizados de vencimiento de grados para adultos a nivel de primaria, secundaria y universidad, es decir, cuando el énfasis está puesto en lo educativo, la estrategia de uso de los medios considera la radio o la TV como un instrumento que permite transmitir la clase a distancia y masivamente a los alumnos en sus hogares dispersos y lejanos, quienes fundamentalmente hacen uso del material impreso y secuencial además de la colaboración una vez por semana de un auxiliar o maestro guía.

b) Cuando los objetivos generales son generar condiciones para una comunicación educativa que permita fortalecer las relaciones intracomunitarias, fortalecer las organizaciones de base existentes y propiciar la creación de las mismas cuando no las haya, y lograr la capacitación técnica de los campesinos, la estrategia de uso de medios considera la radio y la TV como un elemento clave para la motivación y la expresión de la

palabra propia del campesino e indígena, en torno a lo cual se articulan los otros medios, especialmente la acción directa en terreno con apoyo de material impreso.

No obstante, cualquiera sea la estrategia de uso de los medios para la educación, un aspecto ciertamente determinante para garantizar su funcionamiento es la red de comunicación que constituye el sistema nervioso del cual depende la eficacia del sistema teleducativo.

Cuando se actúa en un medio rural, es fundamental partir del conocimiento de la estructura y organización campesina existente para, a partir de ella, establecer mecanismos de comunicación interpersonal regulares y periódicos entre dirigentes, autoridades, maestros rurales, auxiliares, promotores, coordinadores y el personal de la institución.

En los casos en que se trabaja en zonas suburbanas esta red parte generalmente de las juntas de vecinos, comités zonales, clubes de amas de casa, parroquias y el personal de la institución.

Una primera tarea para un eficaz uso de los medios dentro de los objetivos del P.P., es superar el escepticismo

no sólo del maestro, sino del alumno respecto de una educación que no es del tipo clásico, más aún, si hace uso de los medios de comunicación.

La educación no formal, especialmente haciendo uso de los medios, no sólo es complementaria y supletoria del sistema formal, sino que da respuestas a necesidades concretas de la vida del adulto en su comunidad.

APLICACION DE METODOS Y UNIDAD EJECUTORA.

Cualquiera sea la estrategia adoptada, aún una combinación de ambas, un aspecto que requiere prioritaria atención es la adecuada aplicación de los métodos según las características particulares de cada contexto.

Se debe generar un proceso de encuentro, confrontación y coordinación entre instancias específicas de los Estados (Ministerios de Educación), Organismos No Gubernamentales y Organizaciones de Base para el diseño, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación educativa.

Un primer elemento esencial deberá ser la puesta en práctica de *Unidades Ejecutoras* y dentro de éstas la conformación de equipos pluridisciplinarios. Este equipo central planifica el trabajo y lo atiende directamente en estrecha relación con dirigentes de base del área de trabajo, de tal forma que la programación sea una respuesta a los problemas concretos que surjan de la acción.

La actividad general de la *Unidad Ejecutora* deberá estar dirigida al logro de los objetivos del Proyecto Principal pero deberá hacerlo especialmente a través del fortalecimiento, refuerzo o creación de grupos de reflexión y acción en las comunidades campesinas, juntas vecinales, etc. Estos grupos deberán formarse democráticamente y estar dirigidos a todos los miembros de la comunidad.

La Unidad Ejecutora podrá comunicarse con la población meta por el contacto y la acción directa "en terreno" y por los programas emitidos. Ambos canales deberán funcionar simultánea y complementariamente y son los primeros estímulos. A partir de ellos y de otras acciones como la elaboración de material gráfico de apoyo, cursos de capacitación a dirigentes . . . etc., se deberá ir expresando la participación de las comunidades.

Esta respuesta, a su vez, deberá convertirse en un estímulo para la Unidad Ejecutora, de manera que se vaya estableciendo un sistema abierto, horizontal y bidireccional de comunicación. Así las conclusiones a que lleguen los grupos podrán proporcionar nuevos contenidos y orientaciones para la marcha del proceso de educación popular.

No se trata de educar u organizar al pueblo, sino de dotarle de instrumentos para que se comunique, se eduque y se organice. El estímulo que las Unidades Ejecutoras puedan dar a sus "poblaciones-meta", constituirá un refuerzo a los grupos naturales de los barrios, comunidades o caseríos.

FORMACION DE PERSONAL Y PRODUCCION DE MATERIALES

No basta con dotar a Ministerios, Unidades Ejecutora o incluso a las organizaciones de base, de medios de comunicación social, para que la comunicación educativa se de naturalmente. El uso adecuado de esos medios exige un arduo proceso de aprendizaje.

La estrategia debe estar fundamentalmente orientada hacia la capacitación de capacitadores. Con la ayuda de técnicos y expertos, en base a cursos, talleres, seminarios, becas de intercambio, la Unidad Ejecutora deberá, en cada país, generar un proceso permanente de capacitación de su propio personal en la perspectiva de ir creando condiciones para que en una segunda fase cada país tenga una capacidad autónoma y propia para formación del personal adecuado. Será necesario diseñar "perfiles" del personal requerido y simultáneamente construir currícula básicos.

Las acciones de comunicación dentro del Proyecto Principal requieren de un personal mínimo que sea capaz de:

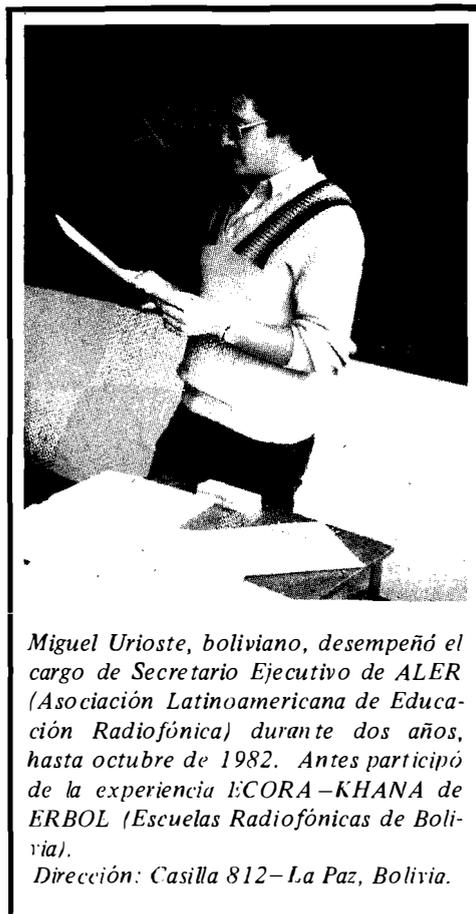
— *Producir programas de radio y/o televisión*, lo que implica tener la habilidad y especialmente la capacidad artística para escribir libretos, grabar o filmar los mismos y montar y editar programas a emitirse. La experiencia ha demostrado que lo más aconsejable es que este trabajo se haga siempre en pequeños equipos (3 ó 4 personas) donde, si bien es necesaria cierta especialización, todos hagan un poco de todo.

— *Hacer trabajo de campo* con permanencia estable en comunidades campesinas, caseríos, compartiendo las con-

diciones de vida de los campesinos, indígenas, marginales urbanos, e ir descubriendo con ellos sus necesidades reales y las formas de superarlas. En este sentido, el acto educativo no puede estar desconectado de la vivencia diaria y cotidiana de la población meta. Dentro de sus principales actividades este personal deberá ser capaz de elaborar noticieros populares, grabaciones—filmaciones de entrevistas, debates, festivales . . .

— *Producir material impreso* juntamente con las comunidades que se trabaja. Debe partirse de la premisa que es más aconsejable producir material para cada localidad y cada momento histórico. Estos materiales educativos tienen que ser considerados estrictamente como elementos auxiliares de la acción educativa y estar siempre abiertos e inacabados. Dentro de esta lógica, por ejemplo, no es aconsejable producir series acabadas de programas radiofónicos o televisivos, para que en cada país se difundan o transmitan. Tampoco material impreso uniforme y generalizador.

En cambio, es recomendable producir nacionalmente "medios-programas", es decir programas (de radio y/o TV) para que en cada localidad se los complete, adecúe, procese.



Miguel Urioste, boliviano, desempeñó el cargo de Secretario Ejecutivo de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) durante dos años, hasta octubre de 1982. Antes participó de la experiencia ECORA-KHANA de ERBOL (Escuelas Radiofónicas de Bolivia).
Dirección: Casilla 812—La Paz, Bolivia.