

EL FORO DE RADIO RURAL COMO UNA ESTRATEGIA PARA EDUCAR ADULTOS PARA EL DESARROLLO COMUNITARIO

Por DR. JOSE C. MANDULEY

**Profesor de Planificación y Tecnología Educativa
Cursos de Post-Grado en Educación
Facultad de Educación
Universidad Federal do Río Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil**

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación colectiva ha permitido un relativo acceso de los grupos marginados a los medios de comunicación colectiva, especialmente a la radio. Por esta razón es fundamental la utilización que se puede dar a la radio en los procesos educativos de los países subdesarrollados.

En el presente documento, el Dr. José C. Manduley, Profesor de los Cursos de Post-grado en Educación de la Universidad Federal de Río Grande do Sul, analiza el valor educativo de los recursos audiovisuales, estableciendo que si bien la radio educativa no será una panacea para los problemas educativos y socioeconómicos de los países subdesarrollados, bien organizada y orientada podría aliviar un gran número de esos problemas.

INTRODUCCION

Existen ciertos elementos importantes en la transmisión de la comunicación. En las relaciones interpersonales, individuos en pequeños grupos tienden a generar y mantener opiniones comunes, valores y actitudes que, por lo general, no están dispuestos a modificar o renunciar por su propia voluntad. Lazarsfeld define al compartir de opiniones y actitudes inter-personales como normas de grupo. Las relaciones interpersonales podían ser determinadas como aquéllas que envuelven un mensaje "cara a cara" entre dos o más individuos los cuales pueden ser parientes, vecinos o un agente de cambio gubernamental. (*)

Cambiar una costumbre establecida y tradicional es difícil principalmente porque todas las partes de una cultura son ligadas entre sí. Si se cambia un aspecto de la cultura se tendrá que hacer cambios en otras partes también. Por ejemplo, si se tratara de mejorar la salud de un pueblo matando moscas infecciosas, se tendría que cambiar una parte de su religión ya que algunas religiones prohíben que se mate nada viviente. Cambiar una costumbre o creencia antigua implica cambiar un respetado modo de vivir para aquellas personas que la practican. Es muy difícil hacer un cambio sin antes tomar en consideración la cultura entera. Un cambio o una nueva idea debe ser instigada de tal manera que la cultura del individuo sea favorable al cambio en vez de en contra. Los cambios deben tomar lugar de tal manera que todo el mundo los apruebe como un grupo, ya que generalmente es difícil para una sola persona rechazar las ideas del grupo en el cual vive o trabaja. Esto puede suceder cuando se le da al grupo o tribu alguna información relacionada sobre su problema, lo discute y decide como resolverlo en grupo. Por lo tanto "el control social directo sobre actitudes es ejercido en su mayoría por relaciones de grupo. (1)

(*) Un profesional quien influencia decisiones innovadoras dentro de una agencia del gobierno. En la mayoría de los casos trata de procurar la adopción de nuevas ideas pero también puede tratar de disminuir la difusión y de prevenir la adopción de ciertas innovaciones las cuales ve como indeseables.

(1) Wilbur Schramm, MASS MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT. Stanford: Stanford Univ. Press & UNESCO, 1964, p. 123.

PROCESO DE DINAMICA DE GRUPO

Discusión de grupo o dinámica de grupo es la actividad de grupos de individuos que se reúnen para discutir un asunto y para participar en decisiones. Generalmente, el proceso de tomar decisiones comprende cuatro etapas: tener conocimiento de un problema, provocar interés en una innovación, decidir aceptar practicarla. “La Comunicación interpersonal es sin duda el instrumento más importante en sociedades subdesarrolladas para estimular interés en una innovación y para enseñar las destrezas relacionadas con tal innovación”. (2) Además, los cambios ocurrirían con más probabilidad si la comunicación de cara a cara se realiza en pequeños grupos que incluyan discusión y decisión del grupo. De acuerdo con Schramm, la discusión es importante pero la clave es la participación en tomar decisiones. Kurt Lewin (1947) descubrió, en experimentos realizados, que un individuo responde más positivamente a una nueva influencia si está consciente de que otros lo apoyen en su propuesto cambio. Esta hipótesis es la base de la teoría de decisión en grupo. Lewin concluyó que es más fácil cambiar los valores y comportamientos dentro de un grupo que los de un individuo aisladamente.

Lazarsfeld y otros (1940) investigadores enumeran las ventajas de la comunicación interpersonal en comparación con los medios de comunicación de masas.

1. El contacto interpersonal es más flexible y provee una respuesta inmediata a la retroalimentación instantánea.
2. Una persona, por el contrario de un medio de comunicación masivo, puede levantar preguntas y argumentos de relevancia inmediata y personal al radioescucha.
3. Cuando alguien cede al hacer una decisión por causa de influencia personal, la recompensa en términos de la aprobación es inmediata y personal.
4. Personas de puntos de vista opuestos son más fácilmente

(2) Daniel Lerner y Wilbur Schramm, **COMMUNICATION AND CHANGE IN THE DEVELOPING COUNTRIES**. Honolulu: East-West Center Press, 1967, p. 161.

convencidas por la comunicación interpersonal y mucho menos defensivas cuando se les trata de convencer.

Por lo tanto, las ventajas especiales de la comunicación interpersonal son aparentes cuando la influencia deba ser ejercida. De otro lado, este tipo de comunicación parece perder su impacto cuando transmite sólo pura información. En este último caso el impacto directo de la comunicación de masas deberá ser mayor. Por eso, las relaciones interpersonales y los medios de masa interactúan de varias maneras y pueden modificarse o reforzarse. Las comunicaciones interpersonales, sin embargo, son inefectivas para causar cambios vastos en países en desarrollo. (3). Una razón sería que los canales de comunicación de los medios de masa son "más importantes en aumentar conocimientos de ideas mientras que los canales de la comunicación interpersonal son más importantes en causar cambios de actitudes". (4). Cuando los medios de masa son usados para cambiar actitudes de fuerte convicción y prácticas apreciadas, sólo pueden actuar indirectamente. (5). Según Schramm los medios de comunicación nunca han probado ser muy efectivos en atacar tradiciones profundamente arraigadas ya que las normas de grupos y creencias han sido arraigadas socialmente y aprobadas por la familia y otros grupos los cuales son importantes al individuo. Las personas tienden a seleccionar transmisiones radiales o noticias que apoyen sus fuertes creencias y rechazar aquellas que no estén de acuerdo con las mismas.

MEDIOS DE COMUNICACION Y EL PROCESO DECISIVO

Hay varias maneras indirectas por las cuales los medios de comunicación de masa pueden entrar en el proceso decisivo. Por ejemplo, estos medios pueden transmitir información y sugerencias a grupos que después las discutirán y que decidirán por sí mismos que hacer. También estos medios pueden influenciar a líderes o autorida-

(3) Everett Rogers, "Mass Media Exposure and Modernization among Colombian Peasants", en David Berlo (ed.), **MASS COMMUNICATION AND THE DEVELOPMENT OF NATIONS**. East Lansing, Mich. State 1968, p. 4.

(4) **IDEM**. p. 5.

(5) **MASS MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT**, op. cit., p. 132.

des con ideas que pueden traer cambios. Los medios de masa pueden afectar los hábitos culturales e ideas que no sean una parte importante o fuerte de la cultura, o nuevas cuestiones en las cuales no se han formado actitudes profundas. Por ejemplo, si un medio masivo puede convencer a un campesino que un nuevo método de plantar una cosecha sólo requiere un cambio mínimo del modo antiguo, él podrá aceptarlo más fácilmente. Los medios masivos pueden también reforzar y suplementar lo que ya ha sido aceptado. Así que si un grupo ha decidido que se una buena idea reconstruir letrinas u hornos sin humo, entonces es mucho más fácil persuadirles que asistan a una clase donde se les enseñará a escuchar una transmisión que les ayudará a aprender una destreza. En suma, los medios de masa pueden ser de un uso sustancial en hacer decisiones que deben ser concomitantes con el desarrollo económico y social.

En la función educativa, sin embargo, los medios de masa pueden ayudar directamente, sólo si son empleados en conjunto y con la supervisión de un maestro o profesor, de un agente o monitor de demostración. Sólo de esta manera los medios pueden ser efectivos. En áreas donde existe una gran escasez de escuelas o profesorado o donde los maestros estén mal capacitados, estos medios pueden ser substituidos para ofrecer enseñanza directa. De hecho, gran número de poblaciones continuarían siendo analfabetas en países en desarrollo si no fuera por medios de comunicación educativas como la radio y la televisión. En Italia, por ejemplo, la famosa **Telescuela** (escuela por televisión) ha estado desde 1958 transmitiendo un currículo integral para los primeros tres años de escuela secundaria. Otros países son Australia, Colombia, El Salvador, Japón, México entre otros.

Los individuos pueden recibir auto-instrucción a través de libros. Así que, una variedad de asignaturas académicas y destrezas vocacionales han sido enseñadas a alumnos por cursos de correspondencia o de medios audiovisuales o por ambos métodos. Es aparente por lo tanto que:

En algunas situaciones las comunicaciones en masa pueden tener un efecto directo, pero más a menudo el efecto de estas comunicaciones deben ser derivados de lo que los medios puedan contribuir al proceso continuo de la comunicación personal. Esto

puede ser obtenido a través de su interacción con los modelos de influencia, normas y comportamiento que existen en la sociedad. (6).

VALOR EDUCATIVO DE RECURSOS AUDIOVISUALES

Los recursos audiovisuales usados en este contexto se refieren a todos los instrumentos de enseñanza, materiales y equipos de la comunicación que son adaptados a la educación. Esencialmente estos recursos son de ayuda al proceso educativo. Estos recursos incluyen una variedad de materiales instructivos, desde el uso de la pizarra hasta el empleo de sofisticados sistemas de computadores aplicados a la educación.

Investigaciones han dado evidencias con respecto al valor educativo de las ayudas audiovisuales. Tales evidencias afirman que las mismas:

1. Pueden proporcionar una base concreta para la elaboración de conceptos y al mismo tiempo reducir respuestas insignificantes del alumnado.
2. Tienen un alto grado de interés entre los estudiantes.
3. Hacen que el aprendizaje sea más permanente.
4. Ofrecen una realidad de experiencia la cual estimula autoactividad por parte del alumno.
5. Desarrollan una continuidad de pensamiento como es por ejemplo el cine.
6. Contribuyen al mejor rendimiento de significados y por lo tanto al desarrollo del vocabulario.

Entonces es posible asumir que las ayudas audiovisuales pueden ser de beneficio para promover programas educativos. Asimismo, su potencial ha crecido en importancia debido a su habilidad de actuar como "multiplicadores" de recursos intelectuales.

(6) Wilbur Schramm y Donald Roberts, **THE PROCESS AND EFFECTS OF MASS COMMUNICATION**. Urbana, 111.: Univ. of 111. Press, 1971, p. 60.

DEFINICION Y FUNCION DE RADIO EDUCATIVA

La radio es una de estas ayudas y puede ser usada principalmente para dos funciones: 1) entretenimiento o para 2) información, educación y enriquecimiento. Aquí sólo estamos interesados en esta última función la cual definiré como radio educativa. La radio educativa es la utilización de transmisiones en escuelas u otras instituciones educativas para el propósito de instruir a una audiencia en masa simultáneamente. El beneficio de que grandes números de alumnos y clases reciban la más alta calidad de enseñanza disponible, es logrado a través de la emisión de un solo programa radial. Las innovaciones del currículo y metodologías pueden ser demostradas o evaluadas; las ayudas audiovisuales pueden ser integradas y distribuidas a las escuelas o a centros de escucha para aumentar la calidad de los programas. La versatilidad y características imaginativas de radio pueden esclarecer casi cualquier materia si se usa de manera efectiva. Por supuesto es difícil que la radio funcione de una manera efectiva como un demostrador hábil en una situación donde se requiere mostrar "como hacer un trabajo". Pero cuando la destreza ha sido adquirida por el alumno, la radio puede responder preguntas, proporcionar informaciones adicionales o relatar resultados. "En muchos países, la radio ha desempeñado tareas en la enseñanza de idiomas, agricultura científica y muchas otras materias a personas quienes no tendrían otra manera de aprenderlas". (7).

TIPOS DE PROGRAMAS DE RADIO EDUCATIVA

Dieuzeide (1962) clasifica cuatro tipos de usos de programas de radio educativos.. El primero es el programa de tipo **enriquecimiento** el cual es dirigido e integrado en la enseñanza de sala de clase. Su acción es complementarla y subordinada y logra mejoras "cualitativas" en la enseñanza. El segundo tipo de programa es el llamado **paliativo** y es diseñado para atenuar las deficiencias encontradas en un sistema educativo. Este programa puede de hecho substituir al personal educativo que no esté calificado y es el que puede lograr

(7) Wilbur Schramm, **THE EDUCATIONAL MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT**. (Informe de la Academy for Educational Development), Wash. D.C.: sin fecha, p. 6.

modificaciones y mejoras “cuantitativas” en el sistema. El tercer tipo de programas es aquel llamado de **extensión** que prolonga oportunidades educativas a individuos en sus casas o a miembros de un grupo comunitario que es organizado para propósitos instructivos. En este caso la acción educativa es dirigida para mejorar la instrucción ya recibida por el individuo bajo el sistema tradicional, que pueda ser inadecuado. Este tipo de instrucción puede ser total o parcial dependiendo de la incorporación de otros métodos de extensión tales como los cursos por correspondencia. El último tipo es el programa de **desarrollo** que es diseñado para ejercer una influencia educativa en comunidades donde nunca existió una escuela. En este tipo de programa la radio (y la televisión) contribuyen a una acción educativa masiva que de otra manera sería imposible emprender.

De los cuatro tipos de programas aquí sólo estamos recalcando el de “desarrollo” así como los usos de radio para educar adultos dentro de una comunidad rural.

PAPEL DE LA RADIO EN LA EDUCACION

Primeramente, es significativo indicar el papel de la radio en la educación. Nunca ha sido intención de la radio educativa, reemplazar o competir con un maestro calificado. Su propósito siempre ha sido “suplementar” la educación y reforzar la instrucción del maestro. Siempre hubo una cierta cantidad de resistencia por parte del maestro a usar radio en funciones instructivas. Esta tendencia casi siempre se encuentra entre maestros que son mediocres o inseguros de su habilidad para enseñar. Naturalmente cuando hay escasez de maestros y pocas escuelas en una región, la radio puede fácilmente substituir esta deficiencia. Pero el mejor uso de la radio educativa requiere la cooperación de un maestro creativo y con recursos. La actitud de tal maestro debe ser de aceptación a la radio como una contribución al aprendizaje. El debe utilizar radio para estimular actitudes deseadas en sus alumnos y para motivarles en su desarrollo de expresión creativa y otros intereses intelectuales.

OBJETIVOS DE LA RADIO EDUCATIVA

Algunos de los principales objetivos de la radio educativa, son proporcionar información funcional tal como la adquisición de hechos,

conceptos y principios; la habilidad de poder analizar críticamente y aplicar principios y patrones; establecer actitudes, convicciones, selecciones e intereses sobre un sujeto; motivar la expresión creativa; ayudar a la adaptación personal y social relacionada con los valores sociales y patrones de comportamiento y diseminar destrezas y técnicas para mejorar la vida diaria. Otros objetivos de la radio educativa son desarrollar destrezas para saber escuchar mejor y mejorar las habilidades lingüísticas. El profesor debe saber como preparar a sus alumnos como escuchar críticamente y ayudarles a recordar y usar lo que ellos oyen. Los panfletos conteniendo sugerencias sobre técnicas de enseñanza y anuncios de programas al ser emitidos, han ayudado mucho a eliminar esta dificultad.

DESAFIOS EDUCATIVOS DE PAISES EN DESARROLLO

Uno de los desafíos enfrentados por gobiernos de países en desarrollo es extender la educación para que llegue a la masa de las poblaciones. Por lo general las personas que no reciben una educación de cierta calidad son aquellas que viven en las áreas rurales. Siempre hubo una tendencia a concentrar el desarrollo en áreas urbanas donde a menudo la educación también ha sido descuidada debido a la escasez de docentes adecuadamente capacitados. La demanda no ha satisfecho el abastecimiento. En las zonas urbanas es más fácil agrupar grandes números de personas para enseñarles conocimientos interpersonales. En las áreas rurales donde la mayoría de la población está dispersa, el problema es cómo educar y llegar a ella a través de los medios más económicos y útiles posibles. Ha habido una creciente realidad que los efectos de la radio educativa pueden proveer esos medios. La radio educativa puede ser usada en ciudades y pueblos para instruir. Asimismo es empleada en zonas rurales, donde es, frecuentemente, el único medio de comunicación, para los programas de educación de adultos y desarrollo comunitario.

POSIBLES CONTRIBUCIONES DE LA RADIO EDUCATIVA

Una de las contribuciones importantes de la radio es que puede ayudar a combatir la carencia de maestros. Pocos maestros son expertos en cada fase de las asignaturas que enseñan. Una autoridad o especialista puede transmitir su instrucción a través de la radio a una amplia área, sin problemas de barreras geográficas, y de esa forma

ofrecer una instrucción superior a las masas. La radio puede también elevar las habilidades de enseñanza de cualquier maestro. La radio educativa puede proveer una oportunidad única para que un maestro aislado geográficamente pueda escuchar los métodos de un experto. Además, elimina la pérdida de tiempo y dinero para maestros que desearían viajar lejos para poder llegar hasta un centro de capacitación docente. La radio puede proveer la conveniencia de capacitación “instantánea” especialmente si los programas son suplementados con manuales y guías. De esta manera la utilización de la radio y la mejora de destrezas de enseñanza serán mucho más efectivas.

Es evidente que los países en desarrollo interesados en usar radio educativa deben considerar sus ventajas y sus limitaciones cuando evalúen sus necesidades y metas educativas en vista de sus propias restricciones. Quienes toman decisiones en países en desarrollo deben estar conscientes del potencial que la radio ofrece para poder comunicar y educar a sus crecientes poblaciones rurales; especialmente porque la mayoría de estos países tienen economías de tipo rural y agrícola.

En octubre de 1970, en un taller de capacitación de personal de programas de radioteledifusión rural en Ghana, Africa, la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentos (FAO) recomendó que este tipo de programa sea reconocido como “uno de los más importantes y más efectivos instrumentos para el desarrollo rural y para mejorar el **standard** de vida de las comunidades rurales en países en desarrollo. (8).

LA RADIO COMO COMUNICACION DE UNA Y DOBLE VIA

Aunque la radio tiene un gran potencial, como todo instrumento sería mucho más efectivo si el usuario comprendiera como puede ser mejor utilizada, y transformar su característica de “una vía de comunicación” en una de doble vía. La radio puede ser efectiva para informar y aumentar conocimientos. La comunicación interperso-

(8) Michael Pickstock, “The Value of Radio in Educational Rural Broadcasting”, en **EDUCATIONAL BROADCASTING INTERNATIONAL**, Londres: Vol. 5, N° 1, marzo 1971. p. 3.

nal es especialmente ventajosa donde la influencia es ejercida. Lo que a una le falta, la otra proporciona. Los beneficios de cada una pueden compensar las limitaciones de la otra, si son **incorporados**, y donde entonces el potencial de ambas va a ser grandemente intensificado. Cuando tal proceso toma lugar es conocido como una comunicación de "doble vía". La comunicación de doble vía puede promover cambios sociales mucho más efectivos que aquellos promovidos por la comunicación de una sola vía. (9). Sin embargo, no es necesariamente eficiente usar la comunicación de doble vía para cada tarea informativa. Noticias, por ejemplo, pueden ser transmitidas eficientemente por sí mismas. La distribución de panfletos y otros materiales impresos para personas instruidas, puede proveer información sobre tópicos donde es reconocida una necesidad. La mayoría de las comunicaciones masivas es de una vía, pero el factor **importante** es considerar que las destrezas estratégicas en usarlas consiste en saber cuándo y cómo combinarlas o suplementarlas. Schramm opina que "un país en desarrollo debe dar atención especial al combinar medios masivos con la comunicación interpersonal". (10). Además agrega que "cuando se desea llevar a cabo un cambio de actitudes o de comportamiento, la comunicación de doble vía es más eficaz que la comunicación de una sola vía". (11).

GRUPO DE RADIOESCUCHAS

Cuando un medio masivo, como la radio, se combina con comunicación interpersonal, como la discusión de grupo, el resultado es un grupo organizado de radioescuchas. Este grupo existe cuando un conjunto de adultos se reúne para discutir programas radiales dirigidos a ellos. Proyectos de esta índole han existido durante los últimos 50 años en más de 30 países. (12).

(9) **COMMUNICATION AND CHANGE IN THE DEVELOPING COUNTRIES.**
op. cit.,

(10) **MASS MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT,** op. cit.,

(11) **COMMUNICATION AND CHANGE IN THE DEVELOPING COUNTRIES,**
op. cit.,

(12) **John Ohliger, LISTENING GROUPS - MASS MEDIA IN ADULT EDUCATION.** Brookline, Mass.: Center for the Study of Liberal Education for Adults, Boston Univ., 1967 p. 1.

La mayoría de los investigadores de las comunicaciones masivas están de acuerdo que la combinación de un programa seguido por la discusión en un pequeño grupo ofrece un gran potencial en materias educativas y de persuasión. (13).

En la mayoría de los casos, los programas no procuran obligar a los grupos a una acción específica. Esto sólo crearía resistencia entre los miembros y frustraría el propósito de la discusión de grupo. En general la discusión después de los programas sigue cuatro tipos de modelos. El primero trata de estimular a los miembros a pensar y examinar un tópico sin llegar a una conclusión o a una solución. El segundo fomenta a que sus miembros hagan conclusiones "individualmente" pero sin tener necesariamente que someterlas a examen dl grupo. El tercer modelo trata de motivar a sus participantes a encontrar una solución a un problema y decidir por sí mismos si se debe o no adoptarla. El cuarto y más importante es la discusión la cual...

no sólo trata de llegar a una decisión del grupo pero que está estructurada para estimular un compromiso a una acción individual o de grupo al llegar a tal decisión... Este cuarto modelo es el más poderoso para motivar cambios sociales. (14).

ESTRATEGIA DEL FORO DE LA RADIO RURAL

¿Qué es entonces el foro de la radio rural? Es la organización formal de un grupo de campesinos quienes se reúnen regularmente en un lugar y hora designados para oír un programa radial específicamente diseñado y dirigido a sus intereses y necesidades. Después de las emisiones, los miembros del grupo discuten el programa y ahí comienza el proceso de comunicación interpersonal, toma de decisiones y de feedback, (retroalimentación).

(13) **IDEM.**

(14) John Ohliger, "Social Change Through Listening Groups", en **ADULT LEADERSHIP**, Wash. D.C.: Adult Education Assoc. of the U.S.A., vol. 16, N° 7, 1968, p. 248.

La institución que esté a cargo de la transmisión (fuente) y el receptor (audiencia) desempeñan ciertas funciones en el proceso de comunicación a través de los foros de radio rural. Las funciones básicas de la **fuente** son las de planear programas que incluyan decisiones sobre intenciones, contenido, tratamiento y horario; producir programas lo cual radiodemanda escritores y locutores; y de transmitirlos (a través de señales electrónicas) para comunicar el mensaje a la audiencia. Las funciones de la **audiencia** son escuchar el programa, es decir oírlo colectivamente y de una manera organizada; discutir los mensajes, después del programa teniendo en vista las realidades locales y decidir o actuar (rechazar o aceptar el mensaje o su implicación) basándose en el contenido del programa, Con la excepción de las escuelas radiodónicas de Colombia, las cuales fueron desarrolladas independientemente por un sacerdote católico, es casi siempre necesario que los planificadores tengan un fuerte apoyo del gobierno nacional de los países para que se pueda establecer con éxito un sistema de foros de radio rural. Por tanto, apoyo del gobierno parece ser deseable y recomendado pero también es necesario evitar que el gobierno monopolice su administración y producción porque cuando el gobierno lo desaprube el programa toma el riesgo de ser cancelado.

REQUISITOS DE LA CLIENTELA DEL FORO

Hay ciertos requisitos para ser miembro del foro. Por ejemplo se debe evitar durante la selección de miembros que éstos sean demasiado viejos o demasiado jóvenes. Adultos de mediana edad deben ser considerados y deben estar ocupados en una profesión relacionada a la vida rural, tal como agricultura. Otros requisitos para ser miembros del foro incluyen asistir regularmente y puntualmente a las reuniones; ser razonablemente abierto, entusiasta y tolerante; no participar del foro por prestigio personal o por ventajas políticas; ser receptivo al desarrollo económico y social; y evitar tratar de dominar a miembros menos educados en caso que el miembro a ser seleccionado fuera más instruído que el resto de los otros participantes. La cantidad de miembros del grupo varía dependiendo de la situación local pero un promedio de 15 a 20 individuos ha sido generalmente el número de personas que asisten a estas reuniones. Sin embargo, "investigaciones sobre pequeños grupos nos informan que en términos

de satisfacción de miembros e interacción máxima, un grupo de 6 a 7 miembros puede ser superior". (15).

PROPOSITOS DE LA ESTRATEGIA

Obviamente, el propósito principal detrás de la estrategia del foro es que el grupo discuta y proponga proyectos de desarrollo comunitario. Por lo tanto, los miembros son requeridos a clarificar para dudas y preguntas que puedan surgir con respecto al tópico del programa, así como sugerir cualquier solución que estimen necesaria para lograr que una decisión sea puesta en acción. Los miembros deben tomar turnos individuales para hablar y evitar que se interrumpan entre sí. Además los miembros son motivados a relatar cualquier nueva información que hayan recibido de la transmisión e indicar el grado de su experiencia personal. Miembros, individualmente y en grupo, deben discutir la posibilidad de ejecutar proyectos de acción, posteriores a las transmisiones. Finalmente, discusiones de larga duración no son recomendadas. Es decir, el tiempo ideal de discusión no debe excederse de 30 a 45 minutos.

TECNICAS DE PRODUCCION UTILIZADAS EN LA ESTRATEGIA

Hay muchos tipos de técnicas de radio que pueden ser usadas en la producción de programas de foro rural. De acuerdo con Rogers y Solomón (1972) la técnica más efectiva es una presentación incluyendo noticias, comentarios, y entrevistas todas dirigidas a un tópico específico. Otras técnicas también empleadas son aquellas de las novelas, u obras dramáticas, las cuales pueden ser particularmente eficaces si los personajes se asimilan a los miembros de la audiencia; programas musicales con canciones sobre innovaciones; discusiones grabadas entre agricultores y expertos; entrevistas y diálogos; y finalmente discursos. De todas estas técnicas, las novelas parecen atraer más a los campesinos mientras que discursos reciben la menor atención. (16). Rogers y Solomón también sugieren que las pre-

(15) Everett Rogers y Douglas Solomon, **RADIO FORUMS FOR DEVELOPMENT**. East Lansing, Fich.: Mich. State Univ., Depto. de Comunicaciones, junio 1972, p. 15.

(16) **IDEM**. p. 25.

guntas que hacen los miembros del foro a la estación de radio sean contestadas primero, para motivar que los miembros lleguen a las reuniones puntualmente. Los países varían en sus procedimientos para contestar dichas preguntas. Nigeria, por ejemplo, limita su período de preguntas y respuestas a 5 minutos al principio del programa, mientras que Togo prefiere usar los sábados para responder las preguntas en transmisiones de una hora de duración.

El tipo de técnica empleada por el personal de producción depende del nivel de sofisticación de la audiencia. Por ejemplo tratar de comunicar una innovación tal como planeamiento familiar en un estilo de entretenimiento (novelas y dramas) puede ser mejor que usar discursos. Por lo tanto, es importante para aquellos que tengan que producir los programas que se basen en un conocimiento amplio de la audiencia. Tal conocimiento debe incluir el número de idiomas o dialectos hablados en la región, normas y tipos de tradiciones del pueblo, facilidades de transportación y de correo, recepción técnica de radio, necesidades inmediatas y estilo de vida de campesinos, nivel de alfabetismo, edad, sexo, profesiones rurales, actividades diarias, estado social, inclinación religiosa y actitudes hacia medios de comunicación. En otras palabras, todos estos factores deben ser considerados para evitar estar transmitiendo a ciegas a una audiencia desconocida, si no tratar de implementar innovaciones puede ser en vano. Las escuelas radiofónicas de Honduras (Acción Cultural Popular Hondureña) fracasó al motivar campesinos porque sus programas eran demasiado elevados y filosóficos. (17). Por lo tanto, "es importante que en la selección de personal de producción, encontrar personas que no sean totalmente orientadas a las zonas urbanas y que les falte habilidad de poder comunicarse a la audiencia rural". (18. Además, decisiones no pueden ser tomadas sobre la organización o desarrollo del programa hasta que haya algún conocimiento sobre la audiencia rural". (19). Entonces, la provisión

(17) Robert White, **THE ADULT EDUCATION PROGRAM OF ACCION CULTURAL POPULAR HONDUREÑA: AN EVALUATION OF THE RURAL DEVELOPMENT POTENTIAL OF THE RADIO SCHOOL MOVEMENT IN HONDURAS.** Summary Report, Centro Loyola, Honduras, octubre 1972, ps. 65-66.

(18) **RADIO FORUMS FOR DEVELOPMENT**, op. cit., p. 17.

(19) **IDEM.** p. 18.

para una retroalimentación eficaz es una clave esencial para un foro de radio rural bien organizado, y una que no puede ser subestimada.

RELEVANCIA DE FEEDBACK EN LA ESTRATEGIA

En la estrategia de foro de radio rural existen dos tipos de retroalimentación —el interno y el externo. **Retroalimentación interna** ocurre dentro del foro cuando sus miembros se comunican activamente entre sí e individualmente durante y después de la discusión del foro. **Retroalimentación externa** toma lugar cuando el informe del monitor (*) es enviado a la sede regional de foros, es decir del campesino a la estación de radiodifusión. De esta manera, la estación puede estar al día de los problemas y progreso de cada foro. También esto provee a la estación con registros evaluativos de las actividades y respuestas del grupo a sus programas. Además permite a la estación mejorar los **standards** (patrones) y la calidad del planeamiento y producción de programas para futuras transmisiones. Asimismo, provee información relevante para propósitos de futuras investigaciones. La estación regional de radiodifusión también retroalimenta respuestas a los campesinos a través de sus emisiones o a través del correo y de este modo establece una comunicación de **doble vía**.

El tipo de **feedback** que existe entre los miembros del foro y la estación puede tomar varias formas. Por ejemplo, entrevistas transmitidas con miembros del foro, o presentando porciones de sus cartas a la estación; informando los éxitos del foro; presentando a sus miembros como invitados del programa; grabando y presentando discusiones selectas del foro; o sosteniendo una discusión al vivo con miembros del foro con varios grupos. **Feedback** puede también resultar después de una toma de decisiones o de una acción conjunta del foro. Finalmente, Schramm y otros (1967) mantienen que los proyectos de medios de comunicación educativa ponen mucho esfuerzo en obtener **feedback** y con razón porque donde no ha habido tiempo o recursos para hacer esto, es donde se encuentra algunos de los programas menos eficaces. (20).

(20) UNESCO, **THE NEW MEDIA: MEMO TO EDUCATIONAL PLANNERS**. París: Instituto Internacional para el Planeamiento Educativo, 1967, p. 111.

LA ESTRATEGIA Y PROYECTOS DE AUTO-AYUDA

El propósito principal de la estrategia del foro de radio rural no es educar a campesinos académicamente, pero sí educarles socialmente a desarrollar y mejorar sus comunidades a través de proyectos de acción de tipo "auto-ayuda". Ejemplos de proyectos de acción comunitaria estimulados por la estrategia del foro en un número de países han incluido:

- Establecimiento de cooperativas rurales.
- Construcción de escuelas y compra de equipo y materiales escolares.
- Erradicación de plagas dañinas a la agricultura.
- Construcción de hospitales rurales.
- Campañas para la conservación de tierras e implementación de abonos y fertilizantes.
- Organización de servicios veterinarios para control de enfermedades y vacunación de animales.
- Campañas para elevar el nivel de nutrición.
- Extensión de electrificación rural.
- Construcción de caminos vecinales.
- Campañas para reformar leyes locales.
- Organización de nuevos foros rurales.

LA EFICACIA DE LA ESTRATEGIA

El foro de radio rural puede ser una estrategia muy eficaz para educar adultos para desarrollar sus comunidades. En muchos países industrializados y en desarrollo, se puede encontrar evidencia de los numerosos tipos de proyectos de acción emprendidos por miembros de grupos como resultado directo de las reuniones de foros. Esta estrategia puede contribuir grandemente a la educación de adultos para el desarrollo comunitario. Asimismo puede:

- Actuar como un agente para transmitir conocimientos.
- Estimular un deseo entre campesinos para mejorar sus condiciones de vida a través de proyectos de acción de tipo "auto-ayuda".
- Dar a campesinos nuevos incentivos a través de

la diseminación de innovaciones.

- Aumentar la cooperación y participación de campesinos en las organizaciones rurales.
- Crear o capacitar a líderes en la comunidad.
- Estimular la integración social.
- Promover entre campesinos una actitud de indagación y de preguntas.
- Incitar entre campesinos una actitud positiva hacia el desarrollo.
- Dar una oportunidad al agricultor y al campesino de presentar sus problemas y puntos de vista.
- Ayudar a resolver problemas locales.

CONCLUSIONES

La radio puede diseminar información a las más remotas e inaccesibles áreas de un país atravesando barreras geográficas y de distancia. Una sola transmisión puede llegar a ser oída por una vasta audiencia. La radio, particularmente el tipo transistor, puede intensificar la percepción del campesino sobre eventos y actualidades mundiales; introducirlo a nuevos productos e innovaciones y ayudar a darle un sentido de identidad. En pueblos donde existen foros de radio el aumento en conocimientos por parte del campesino parece ser mayor todavía, porque los mensajes radiales tienen un impacto más poderoso sobre el comportamiento humano cuando ellos son suplementados con discusiones de grupo organizadas. Los foros de radio rural son usados principalmente para introducir innovaciones a una audiencia en masa. Campañas de desarrollo que dependen totalmente de actividades interpersonales tales como las de los agentes de extensión agrícola, pueden requerir mucho más tiempo para hacer esta tarea.

La estrategia del foro de radio rural no pretende ser una panacea para todos los problemas educativos y socio-económicos de los países en desarrollo. No obstante, si la estrategia es propiamente organizada y administrada ciertamente podría aliviar un gran número de esos problemas.

REFERENCIAS

- Dieuzeide, Henri, "Notes for a Rational Theory on the Use of Radio and Televisión for Educational Purposes", **EBU Review**, 758, 1962.
- Lazarsfield, Paul, **Radio and the Printed Page**. New York: Duell Sloan, y Pearce, 1940.
- Bernard Berelson y Hazel Gaudet, **The People's Choice**. New York: Columbia Univ. Press, 1948.
- Herbert Menzel, (ed.) **The Science of Human Communication**, New York: Basic Books, Inc., 1963.
- Lewin, Kurt, "Frontiers in Group Dynamics", en **Human Relations**, Vol. I, Nº 2, 1947.