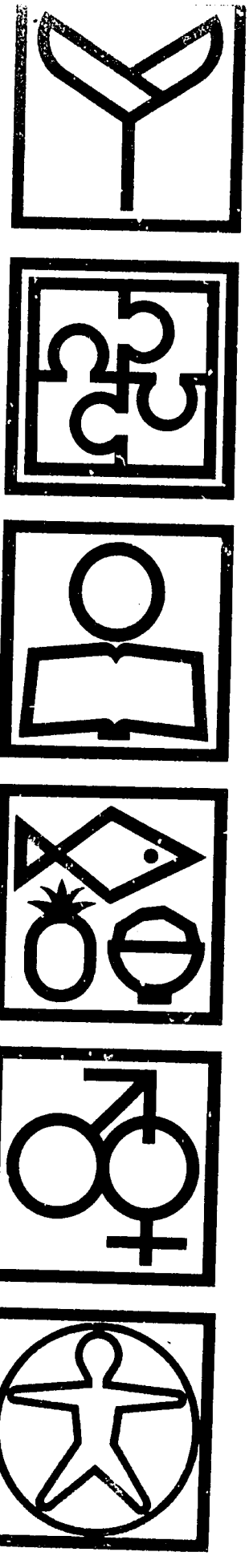
Perfiles de Proyectos



Estudios de la A.I.D. de los Estados Unidos sobre la tecnología educativa y los sistemas de comunicación aplicados al desarrollo para

U.S. Agency for International Development
Office of Education/
Bureau for Science and Technology
Washington, D.C. 20523, U.S.A.

Preparado por

Clearinghouse on Development Communication
1414 22nd Street, NW
Washington, D.C. 20037, U.S.A.
(202) 862-1900

AED ACADEMY FOR EDUCATIONAL DEVELOPMENT

PERFILES DE PROYECTOS

Estudios de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos sobre la Tecnología Educativa y los Sistemas de Comunicación Aplicados al Desarrollo

Preparado por: Clearinghouse on Development Communication
1414—22nd Street, N.W.
Washington, D.C. 20037 U.S.A.
Tel. (202) 862-1900

Para: U.S. Agency for International Development
Office of Education
Bureau for Science and Technology
Washington, D.C. 20523 U.S.A.
Tel. (703) 235-9063

ISBN No. 0-89492-048-0

The Clearinghouse is operated by the Academy for Educational Development

Prefacio

Los Perfiles de Proyectos *han sido escritos y publicados por el* Clearinghouse on Development Communication. *Estos breves estudios de caso describen la aplicación, en forma positiva, de los medios de comunicación en apoyo de una variedad de programas — en salud, agricultura, nutrición, planificación familiar, educación formal y desarrollo integrado.*

Para facilitar la comparación e ilustrar los contrastes entre estrategias diferentes, cada Perfil *sigue un formato uniforme. A fin de asegurar que la información proporcionada sea precisa y válida en la actualidad, hemos enviado borradores de los* Perfiles *al personal que ha trabajado en los diferentes proyectos y hemos incorporado sus sugerencias y correcciones. Finalmente, hemos proporcionado las referencias sobre los documentos para que los interesados puedan obtener mayor información sobre los proyectos de las personas que figuran en la sección "Para Mayor Información, Diríjase a:" De hecho, es por medio de esta sección que la* Clearinghouse *intenta poner en contacto directo a los interesados en la planificación de proyectos.*

Al final del volumen el lector encontrará un índice detallado de los Perfiles de Proyecto *según el sector correspondiente, uso de medios de comunicación, región geográfica, etc. También existe una serie de* Perfiles *en inglés, francés, y árabe.*

Recibiríamos con agrado los comentarios que nuestros lectores nos hicieran sobre la utilidad de los Perfiles, también como información sobre proyectos en el campo de los medios de comunicación que podrían incluírse entre otras publicaciones del Clearinghouse.

INDICE

AGRICULTURA

Educación Básica Rural, (Guatemala) 1
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, (Tailandia) 3
La Escuela en el Aire, (India) 5
Asistencia a la Radiodifusión Rural, (Afganistán) 7
Radio Educative /Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, (Senegal) 9
Programa de Administración de Tanques de Inmersion para Ganado en *Kipsigis*, (Kenia) 11
Masagana 99, (Filipinas) 13

DESARROLLO RURAL INTEGRAL

Acción Cultural Popular (ACPO), (Colombia) 17
Laedza Batanani (Botswana) 19
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), (Estados Unidos) 21
Radio Mensaje, (Ecuador) 23
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, (Alto Volta) 25
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, (Pakistán) 27
Experimento de Televisión Educativa vía Satélite, (India) 29

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, (El Salvador) 33
Matematicas por Radio, (Nicaragua) 35
Radio Santa María, (República Dominicana) 37
Capacitación de Maestros, Programa *SITE*, (India) 39
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, (Lesotho) 41
Unidad de Cursos por Correspondencia, (Kenia) 45
Acción Cultural Popular Hondureña, (Honduras) 49
Tele-Niger, (Nigeria) 51
Proyecto Radio Primaria Rural, (Paraguay) 55
Movimiento de Educación Básica, (Brasil) 57

NUTRICION

Campaña de Leche Materna, (Trinidad y Tobago) 59
Proyecto Experimental de Nutrición, (Brasil) 61
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, (India) . 63
Campaña Publicitaria Sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, (Filipinas) 67
Proyecto Poshak, (India) 69
Campaña de Publicidad Sobre Nutrición, (Túnez) 71
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, (México) 75

POBLACION

El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, (Irán) 77
La Campaña de Planificación Familiar (*Have a Heart*) Tengan Corazón, (Jamaica) 79
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, (Filipinas) 81
Los Hijos de mi Hermano, (Nigeria) 83
El Proyecto *Jamu*, (Indonesia) 85
Programa de Comercialización de Contraceptivos *Preethi*, (Sri Lanka) 87
Programa de Planificación Familiar — *APROFAM*, (Guatemala) 89

SALUD

El Hombre es Salud *(Mtu ni Afya)*, (Tanzanía) 93
El Proyecto Pila, (Guatemala) 95
Telemedicina en Alaska, (Estados Unidos) 97
Zaa Na Uwatunze, (Kenia) 99
Radio Docteur (Médico por Radio), (Haití) 101
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, (Irán) 103
Educación Sanitaria Mediante Radionovelas, (Sri Lanka) 105

Referencias 107

EDUCACION BASICA RURAL

Guatemala

BENEFICIARIOS:	Campesinos indios y ladinos de Guatemala
OBJETIVO:	Cambiar las prácticas agrícolas e incrementar la producción mediante el uso eficaz de las comunicaciones
MEDIOS DE DIFUSION:	Comunicación interpersonal, foros, materiales gráficos
DONANTES-PATROCINADORES:	La Oficina Latinoamericana de la AID, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, y los Ministerios de Educación y Agricultura de Guatemala
DURACION:	El programa se inició en 1973 y continúa funcionando
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Profesor Mario R. Dardón, Director del Proyecto, Programa de Educación Básica Rural, 2a. Avenida 8 - 53, Zona 1, Ciudad de Guatemala, Guatemala; Dr. Howard Lusk, Chief of Education, Science and Technology, Latin American Bureau, U.S. AID, Rm. 2245 New State, Washington, D.C. 20523, USA

DESCRIPCION:

El programa de *Educación Básica Rural* es un experimento quinquenal destinado a utilizar medios de comunicación para familiarizar a los campesinos guatemaltecos con prácticas agrícolas modernas. Una meta secundaria del proyecto consistió en aumentar la eficacia de los extensionistas agrícolas de forma que pudieran ayudar a resolver problemas individuales y regionales del campo. El plan destinado a determinar la eficacia en función del costo de distintas combinaciones de medios de comunicación fue ejecutado por la Academy for Educational Development bajo un contrato con la Agencia para el Desarrollo Internacional (cuya contribución al proyecto alcanzará un total acumulativo de US$ 1.650.000 cuando quede finalizado). El plan contemplaba originalmente tres, y posteriormente, cuatro combinaciones de medios de comunicación distintos, representando grados crecientes de contacto con las familias rurales "en dos sectores culturales y geográficos sumamente diferentes".

El proyecto fue iniciado en 1973 entre los ladinos (mestizos) de habla hispana de la región sureste de Guatemala. Unos 18 meses después, el experimento se amplió para abarcar la región montañosa del occidente donde se orientó a la población india de habla quiché. En una encuesta realizada por el personal del programa de Educación Básica Rural en 1974, se constató que, en el Valle de Yupiltepeque de Guatemala el anafabetismo era de 64 por ciento, y 66 por ciento en las comunidades rurales cerca de Momostenango, en las montañas.

Como principal medio para impartir los nuevos conocimientos agrícolas y estimular un cambio en el comportamiento, se seleccionó la radio. Dos estaciones de radio transmitieron el programa durante ocho horas diarias, desde las 5 hasta las 9 de la mañana y desde las 4 hasta las 8 de la tarde, de lunes a sábado. Para captar y mantener a una amplia masa de radioyentes, el personal del programa de Educación Básica Rural dedica un 80 por ciento del tiempo a música, amenidades y a otros aspectos no relacionados con la agricultura. Las horas restantes están consagradas a la discusión de temas agrícolas. El núcleo del programa de agricultura lo constituyen una "revista agrícola" de 30 minutos de duración, novelas por radio, una entrevista con preguntas y respuesta a cargo de un agrónomo y 30 o 40 anuncios breves en los que se transmiten mensajes relacionados con el campo.

El primero de los cuatro enfoques de comunicación diferentes consiste en mensajes transmitidos solamente por la radio. El segundo añade un "monitor" de pueblos seleccionado y capacitado localmente durante un mes — el cual visita semanalmente a cuatro o cinco pueblos que, en conjunto, contienen unas 200 familias, y celebra reuniones a última hora de la tarde durante las cuales se escuchan grabaciones en cassette de los mensajes de radio grabados previamente. El monitor utiliza cuadros de hojas móviles y carteles para ilustrar las discusiones, proporciona hojas que los campesinos puedan llevarse a

casa y, en algunos casos, cultiva parcelas de demostración. Un tercer enfoque consiste en proporcionar asistencia técnica a nivel básico a cargo de agrónomos, cada uno de los cuales sirve a 600 familias, aproximadamente. El agrónomo del programa de Educación Básica Rural trabaja con los monitores en los pueblos, realiza demostraciones en parcelas, ayuda a solucionar problemas locales de producción de cultivos y proporciona asesoramiento a los campesinos. También actúa como supervisor y capacitador de los monitores y proporciona un vehículo importante para facilitar información sobre lo que ocurre en el campo. El cuarto enfoque, agregado en 1975, emplea a monitores solamente en las zonas a las que no llegan los programas de radio.

RESULTADOS:

Al contrario de lo que se esperaba, y quizás debido a que la programación se adaptó tan cuidadosamente a las necesidades locales, la radio parece tener un efecto considerable sobre el comportamiento de los campesinos. Este diseño experimental especial, dicen algunos, ha creado un amplio sistema de comunicaciones personales en vez de proporcionar radiotransmisiones impersonales tradicionales. Además, los monitores y agrónomos parecen reforzar eficazmente los mensajes por radio.

Las reuniones transmitidas por radio tendieron a atraer a campesinos que ya estaban dispuestos a adoptar prácticas agrícolas más modernas. Pero algunos campesinos que no asistieron a las reuniones también modificaron sus prácticas agrícolas. Entre los principales cambios registrados figura la selección de mejores semillas de maíz y el uso de fertilizantes durante la época de florecimiento y la siembra. También aumentó el uso de fungicidas entre muchos de los agricultores de la zona, aunque este cambio fue menos marcado.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE

- En 1976, el efecto usual de una baja pluviosidad sobre los rendimientos de las cosechas fue exacerbado por la sequía que ocurrió en los meses críticos de julio a setiembre.
- El experimento fue perturbado por el terremoto de febrero de 1976. Durante un mes, los recursos del proyecto fueron utilizados casi exclusivamente en actividades de auxilio a las víctimas del terremoto.
- La introducción en 1976 del proceso serigráfico produjo gráficos superiores, eliminó la lenta tarea de copiar a mano el material y permitió a los artistas disponer de más tiempo para integrar los conceptos desarrollados en los materiales ilustrativos a usarse en el futuro.

REFERENCIAS:

"The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Field Operations, June 1975-1976", Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

"The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Evaluation Component, University of Florida, July 1976", Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

EL PROYECTO PILOTO DE FOROS AGRICOLAS POR RADIO

Tailandia

BENEFICIARIOS:	Los campesinos y el servicio de extensión agrícola de Tailandia
OBJETIVO:	Comprobar la eficacia del concepto de foros por radio en incrementar la comunicación en ambas direcciones entre los campesinos y los funcionarios del servicio de extensión agrícola de Tailandia
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y distintas publicaciones, complementadas por las comunicaciones interpersonales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Departamento de Extensión Agrícola (DEA) del Ministerio de Agricultura y las Cooperativas del Gobierno Real de Tailandia, y el PNUD/Servicio de Comunicaciones para Fomento del Desarrollo
DURACION:	Fue concebido en 1968 y llevado a cabo por primera vez en 1975; actualmente se está ampliando con el fin de abarcar a cinco provincias en 1977 y a 15 en 1978
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Mr. Pote Chumsri, Departament of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Rajadamnern Avenue, Bangkok, Thailand

DESCRIPCION:

Aunque el *Proyecto de Foros Agrícolas por Radio* fue concebido en 1968, su ejecución se retrasó varios años mientras se organizaba el DEA. En 1975, se realizó un proyecto piloto para comprobar si el concepto de foros por radio era aplicable a la región agrícola de Tailandia. Después de seleccionar el área de estudio en forma sistemática, se formaron con la colaboración de los jefes de los pueblos, grupos de radioyentes. Luego se hizo la selección de cuatro líderes para el Foro Agrícola por Radio en cada uno de los ocho grupos de pueblos del proyecto. Finalmente se iniciaron los programas de capacitación para los líderes locales de los foros.

Una vez que las distintas partes del proyecto quedaron establecidas, se transmitieron programas semanales por radio. Después de cada programa de media hora de duración, los grupos de radioyentes de los pueblos discutieron el contenido del programa y el material impreso complementario elaborado por el DEA. Se les pidió que hicieran comentarios sobre los programas y sobre las publicaciones, y que trataran de hallar aplicaciones prácticas locales para ideas y métodos de ambos. Los problemas que no podían ser resueltos entre los grupos de radioyentes de los pueblos, se remitieron a través de los informes semanales preparados por los líderes del Foro Agrícola por Radio, al funcionario correspondiente del DEA y a otras personas o entidades capaces de proporcionar ayuda.

Las respuestas proporcionadas a los grupos de radioyentes se hicieron fundamentalmente en tres formas distintas: se utilizaron transmisiones por radio y publicaciones para dar contestación a algunas de las preguntas, mientras que el personal del DEA y otros especialistas visitaron los pueblos para resolver otros problemas. Una tercera forma de contacto incluyó grupos enteros que visitaban a almacenes de semillas, centros universitarios de investigación o a parcelas de demostración, y a seminarios cortos y sesiones de películas.

RESULTADOS:

El Proyecto de Foros Agrícolas por Radio contribuyó a aumentar el intercambio de información entre los campesinos y los funcionarios de extensión agrícola en ambas direcciones. Los funcionarios reconocieron la importancia de mantener contactos regulares y frecuentes con los campesinos y se mostraron satisfechos con la sensación de continuidad que les daba el programa. Los campesinos, por su parte, tendieron a acudir cada vez más a los funcionarios de extensión una vez que comprendieron que éstos se mantenían diariamente en contacto con sus problemas y sus necesidades. Además, debido a que los mensajes trataban de problemas específicos, los campesinos los podrían recordar. Por lo tanto, los funcionarios encontraron una satisfacción cada

vez mayor en su trabajo. En pocas palabras, se puso en marcha un feliz proceso dinámico que se reforzó a sí mismo.

En términos más generales, el proyecto tuvo éxito en organizar grupos con intereses comunes para resolver problemas que compartían, y asimismo, demostrar la eficacia de la transmisión de mensajes consecuentes a través de distintos medios de comunicación. Demostró a los funcionarios de extensión que el programa era posible y a los campesinos, que era conveniente. Efectivamente, los campesinos de zonas adyacentes al proyecto por radio pidieron información sobre el mismo y solicitaron programas análogos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- *El Proyecto de Foros Agrícolas por Radio* se combinó armoniosamente con el proyecto patrocinado por la FAO destinado a mejorar la agricultura de regadío de la región noreste de Tailandia. El proyecto, al tratar de conseguir la colaboración conjunta de distintos departamentos gubernamentales (tales como el Ministerio de Comercio, la Oficina del Arroz, etc.) y de distintos organismos internacionales puede que haya abierto o fortalecido el intercambio de las comunicaciones intra e intergubernamentales.
- En muchos casos, los foros agrícolas se convirtieron en foros donde se trataban otros problemas locales.
- Se obtuvo la ayuda de los jefes de los pueblos para dar legitimidad al proyecto, y los estudiantes de la universidad local y de la Escuela de Agricultura ayudaron a realizar las encuestas en el campo.
- El éxito logrado por el *Proyecto de Foros Agrícolas por Radio* llevó al gobierno de Tailandia a considerar la integración del enfoque de foros por radio en otras actividades. El propio proyecto llevó también al gobierno a evaluar su capacidad para valorar dichas actividades.

REFERENCIAS·

"Summary Report on the Radio Farm Forum Pilot Project", (RB No. 336) Supalak Purnasiri y Robert S. Griffin, UNDP/DSCS, Bangkok, Thailand, noviembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LA ESCUELA EN EL AIRE

India

BENEFICIARIOS:	**Campesinos de la India**
OBJETIVO:	**Transmitir, mediante programas de radio, conocimientos sistemáticos de las ciencias agrícolas a los campesinos radioyentes**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Programas de radio, complementados por correspondencia**
DONANTES-PATROCINADORES:	***All India Radio***
DURACION:	**El programa se inició en agosto de 1975 y aún continúa**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Dr. Pradip K. Dey (Director del Proyecto) Farm Radio Officer, All India Radio, Calcutta, India**

DESCRIPCION:

En 1975, *All India Radio* formuló una estrategia para resolver el complejo problema de transmitir, en un breve período de tiempo, información sobre la agricultura moderna, en forma sistemática, a través de canales que fueran aceptables para la población agrícola rural de Bengala occidental. La estación de radio seleccionó como radioyentes a agricultores alfabetizados que tenían acceso a un aparato de radio a fin de que se beneficiaran de una serie de programas de información sobre las ciencias agrícolas. Su personal pensó que si se proporcionaba a los campesinos radioyentes información sistemática sobre la agricultura, se convertirían en "agricultores multiplicadores" y diseminarían técnicas agrícolas modernas entre los habitantes de los pueblos hasta ahora incapaces de interpretar la compleja información sobre la agricultura moderna, o sin posibilidades de acceso a ella.

Entre fines de 1975 y principios de 1976, la *Escuela en el Aire* para campesinos transmitió seis cursos. Cada curso consistió de cinco lecciones de media hora. El programa de estudio fue planeado con ayuda del Departamento Agrícola del Gobierno Estatal de Bengala Occidental, que también seleccionó a los maestros o instructores de los programas de radio.

Los instructores prepararon las lecciones y las leyeron por radio todos los domingos entre las 7 y las 7:30 de la tarde. El ritmo de la enseñanza fue lento de manera que los agricultores radioyentes tuvieron tiempo para hacer anotaciones sobre los puntos importantes. Durante la transmisión se repetían varias veces los puntos claves así como los números y medidas unitarias. Al fin cada programa, se hicieron preguntas por radio. Antes de que los radioyentes enviaran por correo a la estación las respuestas a las preguntas formuladas, se contestaban las de aclaración sobre determinados puntos del programa. Los instructores evaluaron todos los trabajos, y al final del año, el radioyente recibió un certificado de reconocimiento junto con sus notas.

RESULTADOS:

Si bien *All India Radio* opina que un gran número de campesinos se han beneficiado del programa de radio, durante el primer "año escolar" sólo 114 participaron activamente en el curso por correspondencia. Estos radioyentes estudiantes fueron objeto de una encuesta al terminar la sesión de capacitación con el fin de conocer sus intereses y expectativas, y sus posibilidades de convertirse en agricultores multiplicadores. La encuesta demostró que la mayoría de los participantes tenían entre 20 y 29 años de edad, tenían una educación a nivel de enseñanza secundaria, y sus ingresos eran de nivel medio. Un 53 por ciento, aproximadamente, estaban íntimamente relacionados con actividades de cultivo, mientras que el 35 por ciento eran estudiantes o maestros. La mayoría de los radioyentes declararon haber escuchado las lecciones en sus propios aparatos de radio, y la mayoría de ellos se sentían estimulados hacia una mayor participación social después de haber escuchado los programas.

Los participantes tomaron en general, un total de tres cursos de los seis ofrecidos durante la sesión de capacitación. La mayoría de los radioyentes estaba principalmente interesados en cursos sobre el cultivo de trigo y de arroz de cosechas de invierno muy cultivados y remunerativos en Bengala occidental. Declararon que

el principal motivo por haber participado en el curso fue el de adquirir mayores conocimientos sobre métodos científicos de agricultura, pero que el deseo de obtener unos mayores beneficios era el motivo que ocupaba el segundo lugar.

Después de que los miembros del Departamento de Agricultura de Bengala occidental analizaron las respuestas de la primera estación, la Escuela en el Aire de 1976-77 se modificó para hacer un mayor hincapié en los temas más populares, y se cambiaron las horas de retransmisión. Los cursos de 1976-77 atrayeron subsiguientemente a un mayor número de participantes activos (155-180, según el curso). De acuerdo con el director del proyecto, la evaluación puso de relieve que los participantes más probables de los futuros cursos de la Escuela en el Aire para campesinos serían los probables líderes agrícolas: —los posibles promotores del proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- A fin de medir las posibilidades de los radioyentes para convertirse en promotores del proyecto, los investigadores compararon las características socio-personales de los participantes con las de los posibles líderes agrícolas identificados previamente por los investigadores.
- Los estudios no confirmaron que la información facilitada por los radioyentes alternara las transmisiones futuras, ni que los instructores pidieran directamente a los radioyentes que hicieran partícipes a los campesinos desventajados de la información innovadora transmitida por radio
- Aun cuando, originalmente, los agricultores indicaron que el obtener mayores utilidades era la segunda razón por la que ellos escuchaban las transmisiones por radio, un estudio ulterior demostró que las expectativas de obtener mayores beneficios disminuyeron durante el curso y después del mismo.

REFERENCIAS:

"Agricultural Broadcasting: A Novel Approach in Calcutta." Pradip K. Dey, *Combroad*, No. 34, enero-marzo de 1977.

"Identification of Participants of the School-on-the-Air for Farmers," *Indian Agriculture*, Vol. 20, No. 2, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

ASISTENCIA A LA RADIODIFUSION RURAL

Afganistán

BENEFICIARIOS:	Agricultores de las provincias afganas de Wardak, Logar, Kunduz y Herat (17.500 personas aproximadamente)
OBJETIVO:	Mejorar la radiodifusión en zonas rurales para apoyar las actividades de desarrollo rural y ensayar la factibilidad de establecer un sistema de comunicaciones que incluya la radio, las cintas *cassettes*, y los comentarios formulados por los agricultores en Afganistán
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, grabadoras de cinta *cassettes*, y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	La FAO (Organización de Alimentación y Agricultura) de Naciones Unidas; Ministerios de Agricultura y Educación de Afganistán, la FFH/AD de Australia y Radio Afganistán
DURACION:	Iniciado en 1973, ejecutado en 1976. La Fase I terminó en 1977, la Fase II se encuentra pendiente
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Trevor L. Stockley, Rural Broadcasting Specialist, Ministry of Agriculture, Kabul, Afganistán; Abdullah Naik, General President of the Extension Department, Ministry of Agriculture, Kabul, Afganistán; S.Y. Wasiq, Director, Radio Afganistán, Kabul, Afganistán; y Fazel Rahim, Deputy Minister for Agriculture, Kabul, Afganistán

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Asistencia a la Radiodifusión Rural* se formuló en 1973 después de reuniones entre funcionarios gubernamentales con el Jefe de la División de Comunicaciones de Apoyo para el Desarrollo de la FAO. Se diseñó el proyecto para reflejar el deseo del gobierno afgano de mantener informados a los agricultores sobre las mejoras en las técnicas de producción agropecuaria y sobre la existencia y disponibilidad de crédito, medios equitativos de distribución de aguas para riego y la posibilidad de formar cooperativas agropecuarias. En 1976, una vez resueltos los problemas políticos y logísticos, el proyecto adquirió una segunda dimensión: un sistema de comunicaciones para apoyar el programa de reforma agraria nacional que se estaba llevando a cabo.

Abandonando los planes iniciales para establecer y luego comprobar la factibilidad de un foro rural por radio en Afganistán, los directores del proyecto decidieron que un sistema de comunicaciones que incluyera la radio, las cintas grabadas en *cassettes* y los comentarios de los agricultores serviría mejor para satisfacer las necesidades locales que un foro por radio convencional. Consecuentemente, se compraron grabadoras de cinta y cien cintas, y se efectuó una encuesta para determinar la clase de información que los agricultores necesitaban y podrían utilizar (y que los funcionarios del proyecto podían suministrar). En diciembre de 1976, se distribuyeron en dos provincias las cintas producidas en base a los resultados de la encuesta.

El componente radial en el sistema de comunicaciones ya estaba bien establecido en el área del proyecto cuando éste comenzó. En la zona rural de Afganistán hay muchos campesinos que tienen radio, y el Departamento de Extensión y Desarrollo del Ministerio de Agricultura ha contribuido veinte minutos de programación en la trasmisión vespertina diaria de "Pueblo, Hogar y Agricultura". Sin embargo, los productores y los oyentes no estaban satisfechos con la calidad y el contenido de los programas. A fin de mejorar la efectividad del programa, se contrató un consultor extranjero en la Unidad de Radio del Directorio General de Información y Publicación del Departamento de Extensión y Desarrollo a fin de proporcionar capacitación en servicio durante un año a siete miembros del personal. Al mismo tiempo, se compraron más equipos de grabación y un vehículo para el personal para ser usado en los viajes al campo y para la recolección de retroalimentación de los agricultores.

Se seleccionaron 56 agentes de ocho de las unidades de extensión para que participaran en el proyecto. Después de instruirles y de darles radios, estos agentes realizaron 16 reuniones que sirvieron como una encuesta preliminar del proyecto e hicieron visitas a los pueblos los días miércoles (día en que se difundía el programa "Pueblo, Hogar y Agricultura") a fin de despertar el interés en los programas de radio, distribuir *cassettes* (en Wardak y Logar únicamente) y de obtener las

solicitudes, críticas, preguntas y comentarios de los agricultores.

Al reflejar sobre los beneficios y las dificultades confrontados por los funcionarios del proyecto, los planes tentativos para la extensión del proyecto después de la fase piloto especifican que la combinación de la radio, las grabadoras de cintas y los agentes de extensión debe mantenerse, que se contraten los servicios de una persona a tiempo completo para atender los aspectos técnicos y de mantenimiento, que el personal de la Unidad de Radio esté versado en las labores de la agricultura o de extensión, que se añadan tiras de películas fijas a los diversos medios de difusión, y que se dedique más tiempo en el futuro a la medición de la tasa de aceptación de las técnicas mejoradas por parte de los agricultores.

RESULTADOS:

Los agentes de extensión mantuvieron registros que demostraron que 3.883 de los aproximadamente 17.500 agricultores en el área meta habían escuchado por lo menos una cinta — resultado confirmado por una extrapolación de la cifra (22,5%) obtenida mediante el estudio de evaluación. En contraste, dos de cada tres agricultores en el área habían escuchado los programas sobre la reforma agraria nacional, y cuatro de cada cinco de los que habían escuchado el mensaje consideraron que sus preguntas habían sido contestadas de manera satisfactoria.

Además de la exposición a los mensajes y a los medios de difusión se estudiaron: el aumento de los conocimientos, la correlación de los contactos (con cintas y agentes de extensión) con los hábitos del oyente, la relación entre los aspectos específicos del mensaje y la posibilidad de que los oyentes actuarían en base a los mismos, la relación entre la tendencia de hacer comentarios por parte de los oyentes y la tendencia de tomar acción basada en información recientemente adquirida, y la relación entre la oportunidad con que se transmitía el mensaje y la adopción de los consejos.

Como era de esperar, resultó más fácil estimar la diseminación de las ideas que la diseminación de las técnicas mejoradas de la agricultura. Además, se hizo muy poco para medir los cambios en las técnicas agrícolas ya que los recursos del proyecto eran limitados. La investigación indicó sin embargo, que los agricultores en el experimento habían adquirido información que consideraban de utilidad, que tendían a creer más en la información obtenida de las cintas grabadas (en contraste a la información pasada de un agricultor a otro) a medida que se familiarizaban más con este medio de comunicación, y señalaron casi en forma unánime que el programa "Pueblo, Hogar y Agricultura" había mejorado de manera marcada durante el año del experimento. El estudio de evaluación también demostró que la mitad de los agricultores que habían escuchado las cintas escuchaban la radiodifusión de manera regular, comparados con tres de cada diez que no habían escuchado las cintas. Con respecto de la hipótesis de que es más probable que se ensaye una técnica recomendada cuando atienda las necesidades locales de manera más específica, ésta resultó verídica únicamente en cada tres de las cinco variables probadas.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El estudio previo a la radiodifusión reveló que los agricultores tenían la tendencia a interesarse en temas de orden estacional, local, y en aquellos relacionados con las decisiones que tienen que tomar. Específicamente, las *cassettes* contenían información sobre el control de la cizaña vivaz o ballico perenne en el trigo, la roya y tizón del trigo, el podado de los árboles frutales, y el control de los ratones.
- Los viajes al campo relacionados con el proyecto eran más que giras rápidas. Algunos duraron hasta 25 días.
- La investigación posterior al proyecto indica que la receptividad de los programas y de mensajes grabados no tenía relación alguna con la edad del agricultor y que su nivel de educación estaba correlacionado con la voluntad de ensayar las técnicas nuevas en relación con sólo una de cada cinco variables medidas.
- Los consultores empleados por la FAO encargados de la capacitación en servicio de los miembros de la Unidad de Radio prepararon un manual de capacitación "Notas sobre la Comunicación por medio de la Radio" además de un glosario de terminología técnica.
- Se escogieron Wardak y Logar como sitios para el experimento con cintas *cassettes* porque los programas de extensión agrícola de ambos lugares ya se encontraban en plena actividad, porque los agricultores y dirigentes de los pueblos estaban dispuestos a participar en el proyecto y las autoridades locales habían prometido su cooperación; porque se estaban llevando a cabo otros proyectos de desarrollo y porque podían identificarse los grupos de control para propósitos experimentales, y porque las carreteras eran suficientemente buenas como para permitir el acceso durante todo el año a los vehículos de tracción a 4 ruedas.

REFERENCIAS:

"Assistance to Rural Broadcasting — Afghanistan, Terminal Report," TF.AF6.10(FH) Trevor L. Stockley, FAO, Roma, julio de 1977.

"Development Communication in the Provinces of Wardak, Logar, Kunduz y Herat," Proyecto, FAO, Roma, octubre de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

(Aunque el procedimiento normal del *Clearinghouse* consiste en pedir a las personas íntimamente relacionadas con los proyectos descritos en esta serie que revisen el borrador de los *Perfiles*, en este caso resultaron infructuosos los esfuerzos realizados para obtener tales comentarios antes de la fecha límite para su publicación.)

RADIO EDUCATIVE/PROYECTO PILOTO EN MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA EDUCACION DE ADULTOS

Senegal

BENEFICIARIOS:	**Agricultores, ganaderos, pescadores, etc., de Senegal (dos millones de personas aproximadamente)**
OBJETIVO:	**Dotar a los productores de alimentos de la información práctica y la oportunidad de expresar sus opiniones de manera sistemática y eficaz; proporcionarles capacitación técnica**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Radio, correspondencia, películas y comunicación inter-personal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Gobierno de Senegal (único auspiciador desde 1973) y UNESCO (hasta 1973) con asistencia técnica de los Gobiernos de Canadá y Francia en las etapas preliminares**
DURACION:	**Comenzó en 1968, continúa aún.**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Boubacar Sock, EARO UNICEF, P.O. Box 44, 114 Nairobi, Kenya; Henry R. Cassirer, Les Moulins, 74290 Menthon St. Bernard, Francia; y Radio Educative, Office de Radio/Télévision du Sénegal (ORTS) B.P. 1765, Dakar, Senegal**

DESCRIPCION:

Senegal fue el único país africano en aceptar el ofrecimiento hecho por la UNESCO a principios de la década de 1960 para establecer "un centro piloto para la producción y ensayo de materiales y equipo audiovisual para la educación de adultos" en Africa. El proyecto que surgió como consecuencia de ésto ha tenido dos dimensiones: *Radio Educative Rurale* (ahora llamado sencillamente *Radio Educativa*) y un componente de televisión de cinco años de duración (que concluyó en 1969). Las trasmisiones por televisión, 121 programas en su totalidad, fueron dirigidos a 250 mujeres en Dakar y fueron de carácter estrictamente experimental. En cambio, las radiodifusiones, que originalmente debían cubrir un público potencial de 800.000 personas (la población agrícola en tres regiones administrativas de habla Wolof, abarcada por los programas piloto) y luego llegaron a tener cobertura nacional. Los objetivos principales del proyecto eran de ensayar el aprovechamiento de los medios modernos de comunicación en el contexto de la educación para adultos en Africa, crear un centro de demostración para su posible aprovechamiento por otros países en vías de desarrollo, capacitar a la población local para que se convirtieran en técnicos y productores, y ayudar a restaurar en el pueblo común el sentido del poder personal que había sufrido la erosión ocasionada por décadas de colonialismo.

La complejidad de este mandato y los numerosos obstáculos administrativos dentro de la burocracia senegalesa, en conjunto, no permitieron que el componente de radio comenzara a funcionar sino hasta 1968, cuando el Presidente Senghor intervino personalmente. Al pedir una reorganización y la cooperación por parte del gobierno, Senghor proporcionó el ingrediente que faltaba, una dirección cabal. Bajo su tutela, *Radio Educativa* llegó a ser un medio informativo, un agente de cambios, y sirvió de perro guardián para el gobierno.

Según el diseño del proyecto que se aprobó finalmente se establecieron 57 grupos de radio oyentes en las provincias piloto de Thies y Diourbel en el Sine Saloum. La programación debía enfocar temas de interés local urgente, es decir, la producción y comercialización de maní, la respuesta de las agencias gubernamentales a las necesidades de los agricultores campesinos, la manera en que se incurrían y pagaban las deudas en las comunidades, y otros problemas críticos de índole social y de salud. Los grupos fueron dirigidos por miembros del personal regional del departamento de "Animation Rurale" (que desde entonces se ha unificado con otros departamentos gubernamentales) o por animadores que se reclutaron como voluntarios en el pueblo, y cada uno de los cuales recibió un curso de capacitación de tres días de duración en dinámica de grupo. El tercer elemento de este sistema de comunicación, la información de retroalimentación recibida de los agricultores, se logró mediante grabaciones realizadas en el campo, y cartas. Los miembros de los grupos de oyentes dictaban las cartas, que eran redactadas por miembros que sabían leer y escribir, y dichas cartas iban dirigidas a funcionarios gubernamentales o al presidente mismo. En estas cartas los campesinos expresaban sus quejas,

daban a conocer los casos de ineptitud por parte del gobierno, y criticaban al gobierno por apoyar políticas injustas o no visionarias todo ésto lo hacían sin temor alguno a la censura y con la intención de hacerse escuchar.

RESULTADOS:

El indicador más significativo del impacto inicial producido por *Radio Educativa* es sin duda su efecto en la política nacional. Como resultado directo del "Diálogo radial" comenzado en 1968, las oficinas gubernamentales recibieron una verdadera avalancha de cartas, que eventualmente llevó al Presidente Senghor a estandarizar el precio pagado a los productores de maní (un beneficio de los productores de áreas remotas, que antes habían sido discriminados en el comercio) y de anular en 1970 las deudas contraídas por los campesinos en la compra de semillas, equipos y suministros agrícolas.

Un segundo indicador del valor de *Radio Educativa* fue su expansión y su continuación. *Radio Educativa* ha estado funcionando sin la ayuda extranjera desde 1973. Aunque algunos observadores opinan que el aumento en el número de personas que participan en los grupos de oyentes no concuerda con el crecimiento de números de oyentes individuales y que por lo tanto no se está logrando la meta de las transmisiones de promover la participación de la comunidad, la reacción global ha sido excelente en la opinión de todos. Más de 500 pueblos han enviado miles de cartas, y la *malaise paysan*, el descontento de los campesinos, está mostrando señales de debilitación en vista de los incentivos ofrecidos por la acción y la participación.

A medida que ha pasado el tiempo los oyentes de radio se han ido dispersando, los grupos de oyentes se han trasformado en radio oyentes individuales. Las razones por este cambio incluyen la desaparición de la actividad de *Animation Rurale;* la falta de personal y transporte de *Radio Educativa*, y el gran aumento de radios transistores baratos. Esta tendencia, sin embargo, no ha reducido el impacto del proyecto, ni el énfasis dado a las respuestas de parte de los oyentes.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Como cualquier persona que entiende el idioma Wolof puede escuchar los programas de *Radio Educativa*, el público real siempre ha excedido el público meta. Además, se están preparando programas en los idiomas Peul, Malinke y otros.
- Aproximadamente el 70 por ciento de los programas de *Radio Educativa* fueron grabados fuera de los estudios.
- Al efectuar la trasmisión en el idioma Wolof, idioma que hablan mucho de los campesinos senegaleses, se presentaron problemas especiales para los moderadores menos astutos en un grupo de oyentes, ya que el idioma Wolof tiene una especialidad: una clave para trasmitir mensajes únicamente para las personas "iniciadas".
- Se usaron tres conceptos Wolof para interpretar las declaraciones de los campesinos: "TAWAT" (quejas), "DIGUAT" (disputas), y "THIOW" (protestar en caso de un problema).
- Algunos empleados del gobierno se han quejado de *Radio Educative*, reclamando que los campesinos no necesitan escribir a las autoridades, cuando los representantes de las mismas están dispuestos a escucharles, y que es una falta de respecto y resulta contraproductivo imputar la jerarquía administrativa existente.
- En una conferencia de comunicación Pan-Africana realizada en Dakar en 1977, el presidente Senghor de Senegal dijo que "la *Radio Educativa* debería en primer lugar ayudar a los campesinos a cultivar los valores Africanos más auténticos —la cortesía, el amor al trabajo, y un sentido de solidaridad— y debería inculcarles al mismo tiempo un sentido de frugalidad, organización y metodología, cualidades más bien europeas".
- En los primeros años del proyecto, algunos senegaleses lo consideraban como un laboratorio de comunicaciones de la UNESCO, mientras que los funcionarios de la UNESCO lo consideraban como una empresa conjunta de beneficio mutuo tanto para los investigadores de la UNESCO como para el pueblo de Senegal.

REFERENCIAS:

"Radio in an African Country: A Description of Senegal's Pilot Project":, Henry R. Cassirer, en *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. II, World Bank Staff Working Paper No. 266, mayo de 1977.

"Communication and Rural Development", Juan E. Diaz Bordenave, UNESCO, Paris, 1977

"Senegalese Experience in Using Radio Broadcasting for Animating and Educating Basic Communities with a View to Development", Boubacar Sock, una presentación en la Conferencia sobre Aprendizaje a larga distancia de la IEC, Dartington, Inglaterra, setiembre de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE TANQUES DE INMERSION PARA GANADO EN KIPSIGIS

Kenia

BENEFICIARIOS:	**Productores de ganado lechero Maneret cerca de Sotik y Kipsigis (unos 200 en total)**
OBJETIVO:	**El aprovechamiento de los pequeños medios de comunicación para proporcionar información educativa y motivación a los ganaderos en relación con el programa de erradicación de la garrapata**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Grabadores de cintas en *cassettes*, afiches, fotonovelas, fotografías, películas, materiales impresos y comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Cuerpo de Paz de los Estados Unidos; el Gobierno de Kenia**
DURACION:	**Iniciado en 1970; continúa aún**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Bruce E. y Alisa K.A. Lundeen, Arusha Appropriate Technology Project, P.O. Box 769, Arusha, Tanzania; Joseph Kenyua, Cattle-Dip Supervisor, Sotik, Kenya**

DESCRIPCION:

El Cuerpo de Paz comenzó el Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis en 1970, a fin de atacar el problema causado por las enfermedades ganaderas fatales causadas por garrapatas, de tan amplia diseminación en Kenia. Posteriormente se revisó y se amplió el componente de educación para adultos del proyecto cuando se notó que el proyecto no marchaba bien. Se necesitaban más actividades instructivas, porque muchos de los ganaderos locales no entendían la manera en que el baño de inmersión para el ganado podía controlar las garrapatas o por qué los baños no resultaban si no se daban regularmente. En realidad, algunos ganaderos no inmersionaban a su ganado, algunos bañaban unas pocas cabezas, y otros bañaban únicamente a su ganado de mejor calidad, dejando que su ganado indígena o cebú fuera atacado por las garrapatas. Al mismo tiempo, no se mantenían de manera apropiada los tanques de inmersión, y la administración de la Cooperativa de Kipsigis no obtenía soluciones químicas en cantidad suficiente para mantener la concentración requerida en los baños.

Las conversaciones con los ganaderos y trabajadores veterinarios locales confirmaron la suposición de que los ganaderos no comprendían que la inmersión del ganado controlaba la garrapata. También reveló que los ganaderos que entendían el programa se mostraban renuentes a pagar los costos de la inmersión si la solución química no era de la concentración necesaria para ser efectiva. Si bien los agentes de extensión de servicios veterinarios han tratado de remediar estos problemas, consultando con grupos de ganaderos y los administradores de la Cooperativa, su falta de experiencia con los medios de educación no convencional para adultos, los prepara apenas para regañar a los ganaderos que no cooperaban con el programa.

A fin de llenar este vacío informativo, dos voluntarios del Cuerpo de Paz trabajaron con los agentes de extensión a fin de preparar manuales con fotografías (con leyendas en Swahili y una narración grabada en el idioma local), modelos de demostración tridimensionales, y otras ayudas audiovisuales para ser usadas en las instalaciones de los tanques de inmersión en las reuniones de ganaderos y en las reuniones del Comité de la Cooperativa.

Se tuvo especial cuidado de que todas estas actividades de enseñanza incluyeran a los *Wazee* (o "venerables ancianos"). Se pide a estos ancianos que describan las prácticas ganaderas de antaño, y sus cuentos estimulan a los demás a reflexionar sobre los cambios (tales como la introducción de animales de raza) y sus efectos. Todos los ganaderos de los grupos pueden formular y contestar preguntas y compartir así la información. Las personas que proporcionan los recursos también participan en las discusiones, pero tratan de demorar la introducción de informaciones nuevas hasta que la gente de la localidad esté preparada y pueda utilizarla.

Aparte de las reuniones, el medio de comunicación primordial es la grabadora de cinta *cassettes*. El uso de la grabadora permite a los trabajadores del proyecto obtener las reacciones de los ganaderos ante las

actividades educativas, compartir las discusiones grabadas durante las reuniones con los ganaderos que no pueden asistir, y grabar información histórica sobre la agricultura en forma verbal.

RESULTADOS:

Por medio de la discusión, se pudieron buscar soluciones que incorporaban los conocimientos de la comunidad y las informaciones nuevas para las necesidades y problemas de los ganaderos.

La administración de los tanques de inmersión llegó a ser más eficiente, se enfatizó la mantención de una concentración química adecuada en los tanques de inmersión, se ideó y se puso en práctica un mejor sistema de registro y se realizaron las reparaciones necesarias en los tanques de inmersión. Muchos de los ganaderos comenzaron a bañar a su ganado de manera regular, además de adoptar otras prácticas para la mejora de la ganadería. Como resultado de estos cambios, los registros veterinarios muestran que las causas de muerte de ganado debido a enfermedades causadas por garrapatas disminuyeron sustancialmente una vez que se puso en marcha el programa de comunicación del proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se celebraron Días de Campo dedicados a la educación en la zona de Sotik, comenzando en 1970. Estos eventos dieron a los ganaderos la oportunidad de aprender más acerca de las enfermedades de su ganado y sobre las prácticas agropecuarias.
- A fin de ilustrar la idea de que una solución de menor concentración no mata a las garrapatas, los trabajadores del proyecto realizaron una demostración sencilla usando únicamente un tubo de ensayo, un líquido de color, y vacas de juguete.
- Los registros escritos llevados como parte del proyecto muestran los ganaderos que han bañado a su ganado en una determinada semana, además del número de cabezas bañadas por cada uno. Estos registros, junto con calendarios, han ayudado de manera especial a los ganaderos analfabetos. Ambos registros demuestran la importancia de un programa preciso y de una planificación eficaz.
- Los problemas del idioma y las dificultades de producción han limitado la efectividad del aprovechamiento de películas de 16 mm para este proyecto.
- Las ayudas audio-visuales preparadas en conjunción con el Programa de Inmersión de Ganado de Kipsigis, refleja los resultados obtenidos por Andreas Fuglesang, de que las fotografías en blanco y negro de las cuales se han eliminado los detalles insignificantes, a menudo son más eficaces para transmitir información a personas analfabetas que siluetas, dibujos, o fotografías no retocadas.
- Las diapositivas se muestran de día y en el campo, en marcos plásticos, de modo que no se requieren proyectores ni salas oscuras para este programa.
- Los estudiantes de escuelas secundarias de Kipsigis escuchan las cintas grabadas y leen las fotocomposiciones preparadas para los ganaderos de Manaret. De esta manera se mantiene el contacto entre los dos grupos de edades y ambientes sociales diferentes.

REFERENCIAS:

"The Potential of Locally Produced Materials and Small Media in Community Development," Bruce E. Lundeen y Alisa K.A. Lundeen, documento inédito, diciembre de 1977.

"Kipsigis Homesteads," Bruce E. Lundeen y Alisa K.A. Lundeen, fotocomposición inédita, sin fecha.

"Village-Made Educational Materials: Three Experiments That Worked," Bruce y Alisa Lundeen, *Development Communication Report*, No. 23, Clearinghouse on Development Communication, julio de 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Julio de 1978

(Aunque el procedimiento normal del Clearinghouse consiste en pedir a las personas íntimamente relacionadas con los proyectos descritos en esta serie que revisen el borrador de los *Perfiles*, en este caso resultaron infructuosos los esfuerzos realizados para obtener tales comentarios antes de la fecha límite para su publicación.)

MASAGANA 99

Filipinas

BENEFICIARIOS:	**Arroceros de 59 provincias Filipinas (aproximadamente 900.000 agricultores, según las estimaciones oficiales)**
OBJETIVO:	**Aumentar la producción de arroz, mediante créditos, préstamos, insumos agrícolas e información oportuna sobre conceptos y prácticas agrícolas a los agricultores**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Radio, historietas cómicas, folletos, panfletos, boletines, revistas en vernáculo, periódicos, afiches, televisión y comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Consejo Nacional de Agricultura y de Alimentos de las Filipinas (una organización compuesta por 17 agencias gubernamentales y bancos de las Filipinas); la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, y el Instituto Internacional de Investigación del Arroz**
DURACION:	**El proyecto piloto y las investigaciones se llevaron a cabo entre 1971 y 1973; la fase de ejecución comenzó en 1973, continúa aún**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Dr. Arturo Tanco, Secretary of Agriculture, Quezon City, Philippines; Domingo F. Panganiban, Director, National Food and Agriculture Council, Quezon City, Philippines; J.D. Drilon, Jr., Director, Southeast Asian Regional Center for Graduate Study and Research in Agriculture, U.P. at Los Baños College, Laguna, Philippines; Kenneth F. Smith, OHP USAID KOREA, c/o U.S. Embassy, Seoul, APO S.F. CA 96301, U.S.A.**

DESCRIPCION:

El Presidente Ferdinand Marcos inauguró el proyecto *Masagana 99* en mayo de 1973 con una ceremonia televisada en todo el país. Llamando al proyecto "un programa de supervivencia" después de las inundaciones regionales de 1972 y la sequía nacional de 1972/3, Marcos instó a la nación a colaborar en un programa de cultivo de arroz que se consideró como una solución a la baja en la producción que amenazaba liquidar las divisas extranjeras y causar otros trastornos económicos. La nota de urgencia reflejaba el hecho de que se había estimado que la escasez de arroz ese año ascendería a 7000.000 toneladas. En términos del número de agricultores participantes, el grado de colaboración entre el gobierno y el sector privado, el alcance geográfico, el uso de los medios de comunicación para las masas, la dependencia de los agentes de extensión capacitados, la diseminación de las nuevas tecnologías de cultivo del arroz, y los aumentos en la productividad, el proyecto anunciado por Marcos era el más extenso e importante en toda la historia de la nación. *Masagana 99* contenía 11 elementos. Estos incluían (1) un conjunto de tecnologías basados en investigaciones; (2) un proyecto para la producción y distribución de semillas; (3) un sistema de adjudicación y distribución de fertilizantes; (4) una campaña para el control de plagas y enfermedades de las plantas; (5) un programa de crédito; (6) un programa para la distribución de bombas de riego; y otras medidas para mejorar los sistemas de riego; (7) un programa para aumentar el número y el alcance de los agentes agrícolas móviles; (8) una campaña de comunicación creada para diseminar la información y educar al público sobre conceptos y prácticas agrícolas, y (9) un sistema de subsidios junto con programas de adquisición y almacenamiento de granos. Los últimos dos: el elemento administrativo y el que serviría de enlace entre sectores, están enfocados hacia áreas-meta cuidadosamente definidas y a cargo de una unidad administrativa encargada de la planificación, ejecución y supervisión del programa global.

La radio representa el componente principal de los medios de comunicación del proyecto *Masagana 99*. Su aprovechamiento refleja los resultados de investigaciones realizadas que indican que la radio llega a un 85 por ciento de la población y que tres de cada cuatro agricultores filipinos tienen una radio transistor. Más de 224 estaciones de radio trasmiten consejos, propaganda y comedias sobre agricultura diez veces por día, mientras que 125 estaciones ofrecen mas de 50 programas locales de agricultura. Los medios suplementarios incluyen historietas cómicas instructivas, folletos y

boletines en los ocho dialectos principales del país, periódicos (que voluntariamente dedican mucho espacio para noticias sobre el proyecto) y afiches instructivos promocionales. El papel de la televisión ha sido limitado y consiste principalmente en la cobertura de la ceremonia inaugural del proyecto y de algunas actividades en el campo.

Los locutores de radio para programas agrícolas de este proyecto realizan otras actividades además de tocar discos. Actúan como funcionarios de información en los Comités de Acción Provincial (las unidades básicas de administración del proyecto), responden a preguntas de los oyentes, graban entrevistas tanto con los suministradores como con los usuarios de la información, realizan investigaciones relacionadas con los programas, y asisten a actividades de la comunidad relacionadas con la producción de alimentos. Además, mantienen un control de las transmisiones diarias, se reunen semanalmente con las autoridades provinciales de radiodifusión para planificar y revisar la programación, y se mantienen al día sobre las actividades informativas y educativas de todos los organismos de desarrollo agrícola y rural.

En 1977, el proyecto *Masagana 99* enfatizó el logro de una mayor productividad, y la participación de un mayor número de familias campesinas. Desde entonces, el proyecto se conoce con el nombre de *Masagana 99 + 10*.

RESULTADOS:

A pesar de los problemas de transporte, las inclemencias del tiempo, las trabas en la distribución y la infestación de plagas, la productividad del arroz en el área de *Masagana 99* ha aumentado de manera dramática —un 28 por ciento entre 1973 y 1974, un por ciento en 1975, y otro 10 por ciento en 1976. En 1974/75, por ejemplo, la productividad alcanzó un promedio de 3.3 toneladas por hectárea en el área del proyecto y 0.77 toneladas en las áreas no abarcadas por el proyecto. Tal como se pudo anticipar, los grandes incrementos en la producción inicial en el área del proyecto aumentaron de manera significativa los ingresos brutos de los campesinos. Por ejemplo, al finalizar el primer año del programa, según uno de los estudios, los agricultores de tres provincias participantes (en la que la tenencia de la tierra era de un poco más de dos hectáreas por individuo) obtuvieron un aumento de ingresos de 118 por ciento. Desde 1976, la cosecha total ha aumentado constantemente, y a fines de 1977 las Filipinas exportaron 25.000 toneladas métricas de arroz a Malasia y Vietnam. Se espera que las exportaciones totales de arroz, incluyendo las cosechas de 1977 y 1978 alcanzarán un total de 149.000 toneladas métricas. El problema del pago de la deuda, uno de los principales problemas del programa, es menos grave, pero el número de agricultores participantes ha bajado a 249.000 y la inflación y los aumentos en los costos de los insumos agrícolas han cancelado algunas de las ganancias obtenidas por la mayoría de los participantes.

El impacto de los medios de comunicación y de los mensajes usados en *Masagana 99* no han sido evaluados aparte del impacto global del proyecto en los totales de producción y mayores ingresos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La palabra *masagana* significa cosecha fecunda, y el número 99 del título del proyecto se refiere a la productividad meta de 99 cavanes (1 cavan equivale a 44 kilos al comienzo del programa pero se ha ajustado a 50 kilos).
- La investigación básica relacionada a este proyecto fue realizada por el Instituto Internacional de Investigaciones del Arroz, la Universidad de Filipinas en Los Baños, y la Oficina Fitoindustrial de las Filipinas. La fase piloto fue realizada por el Consejo Nacional de Agricultura y Alimentos del Departamento de Agricultura y Recursos Naturales, cuyos esfuerzos fueron apoyados por la Oficina de Extensión Agrícola, el IRRI, el BPI y la Agencia para el Desarrollo Internacional de Estados Unidos.
- El Sistema de Información Administrativa preparado en conjunción con el proyecto *Masagana 99* fue diseñado para ayudar a los administradores del proyecto a resolver diversos problemas administrativos que típicamente aquejan a los proyectos agrícolas: la debilidad en los eslabones de la cadena entre las fuentes de información y los que toman decisiones, dificultades asociadas con la distinción entre los factores causales que afectan la producción y los factores incidentales, y problemas que tienen que ver con la validez y confiabilidad de la información obtenida de diversas fuentes. El Sistema de Información Administrativa adoptado incluye datos básicos, indicadores estándar sobre los datos, datos "lineales" o directos del campo, encuestas regulares de muestras, procedimientos establecidos para el análisis de datos, retroalimentación y evaluación de la información, estimaciones operativas cuidadosamente descritas, y otros medios analíticos para la toma de decisiones.
- El personal de campo actua bajo la dirección del Funcionario de Programación Provincial, quien resume los comentarios y los envía por radio y luego por correo al Personal del Comité Administrativo.
- La adquisición de bienes de consumo tales como cocinas, refrigeradores y motocicletas por parte de las familias campesinas que participan en el proyecto *Masagana 99* ha aumentado de manera tan dramática, que en algunas áreas la nueva variedad de arroz a veces es llamada "Arroz Honda".

REFERENCIAS:

"*Masagana 99*. An Integrated Production Drive in the Philippines," J.D. Drilon, Jr., trabajo presentado en el Seminario sobre Aceleración del Desarrollo Agrícola y Prosperidad Rural, Universidad de Reading, setiembre de 1976.

"An Agricultural Management Information System: Lessons from *Masagana 99*": Kenneth F. Smith, PASITAM Design Notes, No. 7, mayo de 1976.

"A Communication Behavior Study of Small Rice Farmers: Diffusion and Freedback in the *Masagana 99* Rice Production Program in the Philippines," Hernando V. Gonzalez II, tesis inédita, Universidad de Hawaii, diciembre de 1977.

"*Masagana 99*. A Renaissance in Agricultural Communication," Vicente C. de Jesús, trabajo presentado en el Tercer Taller de Investigaciones de Medios de Comunicación en el Consejo Filipino de Investigación Agrícola, Davao City, agosto de 1975.

"*Masagana 99* Program: Farmers', Technicians' and Credit Agencies' Viewpoints," Eusebio P. Mariano, trabajo presentado en la Primera Conferencia de Política Agrícola para Estudios de Política y Desarrollo, Universidad de Filipinas en Los Baños, abril de 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1978.

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

ACCION CULTURAL POPULAR (ACPO)

Colombia

BENEFICIARIOS:	**Campesinos colombianos**
OBJETIVO:	**Proporcionar educación básica a los agricultores de subsistencia**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, materiales impresos, comunicación interpersonal (complementado con diapositivas y películas)**
DONANTES-PATROCINADORES:	**ACPO es un proyecto prácticamente autosuficiente; un 7 por ciento de sus ingresos provienen de fuentes gubernamentales; otras aportaciones de capital o de asistencia técnica se han obtenido de la Family Planning International Assistance y de World Education**
DURACION:	**El proyecto fue fundado en 1947 y continúa aún**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Monseñor José Joaquín Salcedo, Acción Cultural Popular, Apdo. Aéreo 7170, Nal. 3262, Calle 20 No. 9-45, Bogotá, Colombia**

DESCRIPCION:

Acción Cultural Popular comenzó en 1947 como obra de un sacerdote católico de 25 años de edad, José Joaquín Salcedo. El programa ACPO, constituyó un intento de utilizar la radio para proporcionar a los agricultores de subsistencia los conocimientos básicos para su desarrollo personal y p? el desarrollo comunitario. Comenzó a efectuar la transmisiones, inicialmente desde una sola estación de radio en Sutatenza.

Lo que anteriormente era sólo un experimento se ha convertido en una institución. *Acción Cultural Popular* transmite ahora cursos de educación básica en alfabetización, aritmética, salud, construcción, higiene, economía y desarrollo personal. Mantiene un programa de capacitación destinado a preparar a su propio personal de 900 empleados en la labor de desarrollo y comunicaciones; patrocina un servicio por correspondencia; publica un periódico semanal y opera una imprenta; ofrece breves cursillos de divulgación de interés inmediato o local; vende cientos de miles de libros anualmente a los campesinos al costo de producción; y desarrolla nuevas ayudas audiovisuales y nuevos planes de estudio sobre una base continua. Actualmente, ACPO participa también en una campaña de autoevaluación y de planificación familiar que han titulado "paternidad responsable".

El núcleo de ACPO, la escuela por radio, abarca a 22.000 grupos de estudio. Los grupos de Radio Sutatenza son organizados por campesinos locales los cuales programan reuniones, mantienen los archivos, dirigen las discusiones y asesoran a otros miembros de grupos. Las divisiones docentes utilizan seis libros a costo reducido que constituyen un registro permanente de los mensajes transmitidos por radio. Estos textos simples ayudan a los estudiantes a adquirir el lenguaje básico y las matemáticas elementales y a presentar información práctica relacionada con su desarrollo.

RESULTADOS:

Una evaluación interna realizada por ACPO en 1976 demostró que un 23 por ciento de los campesinos entrevistados en cinco comunidades representativas participaron en la escuela por radio; que los campesinos a quienes llegó Radio Sutatenza la prefieren a cualquier otra emisora y que el número de mejoras en la comunidad en muchas áreas tenía relación con el número de participantes en la escuela por radio. También demostró que, entre otras cosas, más radioyentes finalizaban los cursos básicos que los que recibían certificados.

Sin embargo, los indicadores más elocuentes del éxito de ACPO son sus 30 años de vida, su independencia financiera y su crecimiento. Radio Sutatenza llega ahora a 140.000 campesinos que escriben anualmente entre 75.000 y 80.000 cartas y piden información a la estación. Más de 11.000 organizadores comunitarios han pasado por los institutos y vuelto a sus hogares para combatir la pobreza, la enfermedad, la erosión, el desenfrenado crecimiento demográfico, las condiciones deficientes de saneamiento y el analfabetismo. Además por lo menos más de quince países de habla hispana han tomado como modelo estos programas de educación por radio siguiendo el prototipo colombiano.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- En las zonas rurales de Colombia, la circulación de *El*

Campesino (70.000 aproximadamente) es mayor que la de cualquier otro periódico.

- *El Campesino* contiene regularmente secciones especiales independientes sobre planificación familiar y educación. Estas secciones pueden sacarse del periódico y colgarse como carteles o doblarse para formar pequeños folletos.
- Libros sencillos de entender de la Biblioteca del Campesino para los recién alfabetizados cuestan a los agricultores unos 13 centavos de dólar cada uno. Desde 1963, se han introducido en los hogares rurales más de un millón de ejemplares (el más popular de ellos es el que lleva por título *La Madre y el Niño).*
- El servicio de correspondencia de ACPO, por medio de su plantel de 20 empleados, contesta unas 200 cartas diarias. Este servicio proporciona a los radioyentes oportunidades para formular preguntas sobre las transmisiones y para practicar sus conocimientos. También permite a los directores de ACPO obtener una valiosa información sobre los oyentes.
- ACPO se mantiene por su cuenta compartiendo su emisora de radio, su estudio de grabaciones y su división de imprenta con entidades comerciales.

REFERENCIAS:

"Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy El-Bushra y Susan Perl, International Extension College and Internacional Planned Parenthood Federation, London, England, marzo de 1976.

"Comunicación, Educación No Formal y Desarrollo Nacional: Las Radio Escuelas Colombianas," Juan Braun, *Educación Fundamental Integral*, No. 1, Bogotá, Colombia, agosto de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LAEDZA BATANANI

Botswana

BENEFICIARIOS:	**Los habitantes de los pueblos en la sección noreste del Distrito Central de Botswana**
OBJETIVO:	**Fomentar la participación de la comunidad en las actividades de desarrollo, ayudarles a identificar o percibir sus propios problemas a los moradores de los pueblos y generar apoyo para los proyectos patrocinados por el gobierno**
MEDIOS DE DIFUSION:	**El teatro popular: drama, marionetas, danzas, cantos, poesías al son de tambores**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Tutume Community College, División de Servicios Extramuros; Equipo de Divulgación Subsdistrital de Tutume; Botswana Extension College**
DURACION:	**El proyecto fue iniciado en 1974 y aún continúa**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Ross Kidd, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Ave., Toronto, Canada M5R 12B; Martin Byram, Tutume Community College, P.O. Tutume, Via Francistown, Botswana; Frank Youngman, UBS/DEMS, Private Bag 0022, Gaborone, Botswana**

DESCRIPCION:

Laedza Batanani (que significa "El sol ha salido ya, vamos a trabajar juntos") es un proyecto destinado a promover conciencia en la población. Comenzó en 1974 y aspira a motivar a la población a ayudarse a sí misma y a aprovechar al máximo las oportunidades de desarrollo patrocinadas por el gobierno. La campaña de "concientización comunitaria", organizada por los líderes locales y por los agentes de divulgación del gobierno, ha adoptado la forma de una serie anual de festivales locales.

El proyecto comenzó como un experimento en el uso del teatro popular por los agentes de divulgación del gobierno y todavía mantiene un sabor empírico. En sus comienzos, la comunidad afectada estaba dominada por la apatía, producto directo de su manera dispersa y separada de construir sus casas, el descuido por parte de los hombres empleados fuera de la zona y una débil dirección por parte de las autoridades tradicionales. Así, pues, cuando los líderes de una conferencia de desarrollo local respondieron con entusiasmo a los estudios de caso dramatizados y recomendaron un programa de seguimiento ulterior en los pueblos, los organizadores decidieron responder con una campaña móvil utilizando dramas y otros medios. El primer festival tuvo un gran éxito y los participantes pidieron que se convirtiera en un acontecimiento anual.

Cada festival está organizado como un proyecto integrado de educación extraoficial en el cual participan todos los agentes de divulgación de la zona, bien sea como organizadores locales, o como miembros del equipo móvil de actores-animadores. Cada campaña constituye además una actividad organizada por la comunidad: los representantes de la comunidad asisten a un programa de planificación previo a la campaña (en el cual se identifican las prioridades de los temas), proporcionan servicios auxiliares y de apoyo al festival y participan en las actuaciones del festival).

Anualmente, los componentes del equipo de la campaña efectúan una gira por los cinco principales pueblos de la zona y dan una función en cada uno de ellos. Después de cada actuación, los actores y agentes locales de divulgación dividen al público en grupos para discutir los problemas presentados. Una innovación reciente consiste en un programa posterior a la campaña en el cual se realizan demostraciones prácticas y otras actividades (v.g.: distribución de semillas) para ayudar al pueblo a hacer la transición de la discusión a la acción.

El medio principal utilizado en cada festival es un drama "popular" o "rústico" que depende de la improvisación más que de un texto fijo y utiliza actores que están familiarizados con los temas de prioridad más que con los ensayos. Las palabras se limitan al mínimo y la narración se repite contínuamente para que puedan oirla los espectadores que llegan tarde. Para poder mantener el interés de los espectadores, hay abundancia de golpes en la escena y se alienta la participación del

público. Se utilizan otros medios (marionetas, cantos, danzas, poesía) para reforzar los mensajes comunicados mediante el drama.

RESULTADOS:

Laedza Batanani atrae a un gran número de personas, muchas de las cuales nunca han participado en los programas de desarrollo. Los festivales presentan los temas locales de forma viva y dan a los habitantes del pueblo la oportunidad de expresar sus quejas de forma extraoficial, pero dentro de un contexto personal. Las actuaciones proporcionan además, un medio de diversión excelente y estimulan la actividad cultural local.

Son muchos los cambios positivos que se han producido como resultado directo de *Laedza Batanani:* en especial, ha aumentado la asistencia a las reuniones de desarrollo de los pueblos, ha aumentado el número de personas con enfermedades venéreas que las declaran y se presentan para recibir inoculaciones contra la enfermedad, y se han establecido más huertos caseros. Además, el éxito del proyecto ha llevado a tres otros distritos de Botswana, a adoptar el mismo enfoque para la realización de campañas integradas de educación rural.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los caracteres de las "representaciones de problemas" reciben el nombre del vicio que tienen y ya se han convertido en parte del folklore popular.
- El empleo de las danzas tradicionales y la poesía al son del tambor ha resultado bastante popular y ha demostrado el potencial del folklore y sus artistas para transmitir los mensajes del desarrollo moderno.
- El uso del teatro popular como un "espejo" —que proyecta las inquietudes cotidianas mediante las artes escénicas de forma que los miembros de la comunidad puedan verlas y discutirlas colectivamente— ésto ha sido un resultado muy eficaz en *Laedza Batanani.*

REFERENCIAS:

"*Laedza Batanani* —Folk Media and Development: A Botswana Case Study", Ross Kidd y Martin Byram, Botswana Extension College, Gaborone, Botswana, junio de 1976.

"Popular Theatre and Development", Ross Kidd y Martin Byram; aparecerá en *Convergence* a fines de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

PROYECTO PARA EL TERRITORIO INFERIOR DEL YUKON (SKYRIVER)

Estados Unidos

BENEFICIARIOS:	**Esquimales de Alaska y funcionarios del gobierno**
OBJETIVO:	**Desarrollar un proceso mediante el cual los habitantes de los pueblos esquimales pudieran identificar sus necesidades y problemas, convenir en medidas adecuadas para resolverlos y buscar soluciones propias**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Películas y cintas video**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Oficina Estadounidense de Oportunidades Económicas (OEO)**
DURACION:	**De 1970 a 1972, inclusive**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Tim Kennedy, Cornell University, Department of Communication Arts, 640 Stewart Avenue, Ithaca, N.Y. 14853, U.S.A.**

DESCRIPCION:

Con fondos de la Oficina Estadounidense de Oportunidades Económicas (OEO), el *Proyecto Skyriver* comenzó en 1970 con un solo equipo de filmación trabajando en Emmonak, un pueblo de la región inferior del Río Yukón. El proyecto fue organizado como experimento en el uso de la cinematografía para organizar a las comunidades.

La población seleccionada escogió inicialmente a un organizador del proyecto dentro de sus propios miembros. En reuniones con los hombres y mujeres de la localidad, se identificaron respetados líderes de la comunidad y se determinó cuáles eran los problemas locales más urgentes (por ejemplo, falta de escuelas o viviendas edificadas deficientemente). Se estimuló a dichos líderes a que comentaran y ofrecieran soluciones relacionadas con los problemas del pueblo ante las cámaras de cine en cualquier idioma, marco o formato que quisieran. Después de una sesión privada durante la cual la persona entrevistada podía borrar o añadir cualquier material, la película o cinta se entregaba al organizador del proyecto para su aprobación y a la comunidad para estimular una discusión posterior y aclaración de los problemas. Entretanto, el equipo de *Skyriver* proporcionaba información tal como: nombres de las agencias gubernamentales encargadas de atender determinados problemas o los nombres de las personas que finalmente toman las decisiones. Paulatinamente, surgió una película que reflejaba el consenso de la comunidad.

La película ya terminada se llevó a Juneau y se mostró a las autoridades del gobierno y a otros grupos interesados en cuestiones de bienestar social. El equipo encargado del *Proyecto Skyriver* grabó en video las respuestas proporcionadas por estas personas, las cuales se enviaron a la comunidad filmada para que las revisaran. Estas mismas películas se enviaron también a otros pueblos rurales para promover el concepto de utilizar foros en video.

No todas las películas se concentraron en estos problemas, sin embargo, algunas ilustraron los aspectos positivos de la vida esquimal y su fin consistió simplemente en servir de diversión y educación a los pueblos de otras culturas.

RESULTADOS:

Las películas utilizadas en el *Proyecto Skyriver* han producido cambios importantes en la política oficial. Una película en la que los esquimales se quejaron de tener que enviar a sus hijos a internados (debido a que no habían escuelas cercanas), llevó al Departamento de Educación de Alaska a reconsiderar su estrategia de desarrollo escolar; ahora se han construido escuelas de segunda enseñanza en pueblos pequeños. Otra película mostraba las dificultades por las que tienen que pasar las familias con bajos ingresos para encontrar vivienda, lo cual resultó en el despido de un planificador de la vivienda y en la reconsideración por parte del estado para los proyectos de viviendas destinadas a dichas familias.

Algunos de los otros resultados del *Proyecto Skyriver* son más difíciles de medir. Los esquimales lograron una mayor comprensión de lo que el gobierno puede o no puede hacer por ellos. Adquirieron una mayor cohesión a medida que se enteraban de los problemas de sus vecinos y de los habitantes de otros pueblos. Estos conocimientos les ayudaron a proteger su cultura contra la intrusión de instituciones del occidente. Al mismo

tiempo, los funcionarios estatales recibieron información directa sobre las dificultades experimentadas por la gente del campo, dificultades que de ordinario permanecerían desapercibidas.

Finalmente, al ver las películas producidas por los propios esquimales, otros americanos alcanzaron una mayor comprensión del carácter especial de su cultura y de sus esfuerzos para preservar su identidad.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Skyriver tuvo problemas en encontrar filmadores y operadores de video que pudieran trabajar dentro del marco especial del proyecto, en el cual las labores de edición, distribución y contenido estaban controlados por los actores más que por los directores.
- El segundo equipo del *Proyecto Skyriver* estuvo integrado por esquimales. El Señor Kennedy, director del proyecto, juzgó que dicho equipo compuesto por dos esquimales, obtuvo material que no habrían logrado filmar gente de afuera.
- Después de revisar las cintas inéditas, los moradores del pueblo decidían por votación si la película en cuestión reflejaba verdaderamente los sentimientos y el consenso de la comunidad.
- En algunos casos, las películas eran mejor medio que las videocintas para las entrevistas. Las dos o tres semanas que se requerían para procesar la película, permitían a los actores meditar sobre lo que habían dicho y efectuar los cambios necesarios. En general, las películas y las videocintas tenían diferentes limitaciones y ventajas.

REFERENCIAS:

"The Skyriver Project: The Story of a Process", Tim Kennedy, *Access*, No. 12, National Film Board of Canada, marzo de 1974.

"Videotaping: Process in Community Development Discussed by Tim Kennedy, at Center Seminars", *Instructutional Technology Report*, Washington, D.C., julio-agosto de 1974.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

RADIO MENSAJE

Ecuador

BENEFICIARIOS:	Adultos de las zonas rurales del Ecuador
OBJETIVO:	Enseñar a los analfabetos adultos de las zonas rurales mediante programas de radio concebidos por ellos y para ellos
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y grabadoras con cassettes
DONANTES-PATROCINADORES:	*Nonformal Education*, Proyecto de la Universidad de Massachusetts, con fondos proporcionados por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
DURACION:	Continúa todavía (fue iniciado en agosto de 1972)
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Padre Isaías Barriga, Director, *Radio Mensaje*, Tabacundo, Ecuador

DESCRIPCION:

A fines de 1972, se introdujeron en las transmisiones de una pequeña estación regional, *Radio Mensaje*, programas en cassette producidos por campesinos, en un intento para llegar a una gran parte de los 44.000 analfabetos adultos, que se estima existen en los alrededores de Tabacundo, Ecuador. Con este proyecto se trató de captar a un público en masa, mediante transmisiones libres, y convertir a los propios radioyentes en programadores y locutores. Sus objetivos inmediatos consistieron en comprobar si los programas de radio, sin formatos complejos, acentos educados, etc., continuarían interesando a los radioyentes, y, al propio tiempo, en transmitir programas producidos dentro de la comunidad en su propio idioma. Sus metas de largo plazo fueron las siguientes: 1) aumentar la autoestimación de los radioyentes, 2) promover el desarrollo comunitario, y 3) mejorar las habilidades matemáticas y literarias de los radioyentes.

Con una modesta subvención para equipo recibida de la Universidad de Massachusetts, el proyecto obtuvo 40 aparatos de audio cassette y muchas cintas. Luego, se distribuyó este equipo y se hizo que los auxiliares voluntarios de enseñanza de los 40 centros radioescolares de la zona, se familiarizaran con él. Ahora, cada auxiliar emplea este equipo para grabar cintas que se transmiten semanalmente en dos programas de media hora de duración.

Las transmisiones del "*Mensaje Campesino*" reflejan la idea de que los campesinos están tan interesados en oírse a sí mismos por la radio que, mediante programaciones caseras, es posible captar la atención de un amplio público. Si bien son los auxiliares quienes se encargan de grabar las cintas y de entregarlas a la emisora, las transmisiones no se editan y, ni mucho menos, se ponen en formato fijo. Los programas contienen consejos, poemas, canciones, lecturas de textos, dramatizaciones de problemas comunitarios, historia sagrada, lecturas y lecciones sobre alfabetización y matemáticas (que se transmiten conjuntamente con un programa preexistente de educación por radio).

RESULTADOS:

Mediante un cuestionario administrado en los años 1971, 1972 y nuevamente en 1973, se demostró que en un año el número de campesinos que se contentaban con depender solamente de la "ayuda de Dios" en las cuestiones de desarrollo comunitario descendió del 80 al 50 por ciento en la zona de Tabacundo. Durante ese mismo tiempo, el número de campesinos interesados en trabajar con quienes deseaban experimentar un programa sobre prácticas de producción, aumentó del 56 al 84 por ciento. Con todo, el cuestionario no reveló ningún aumento significativo entre los campesinos en el grado de autoestimación. Los observadores afirman, no obstante, que se han producido ciertamente importantes cambios de actitud. El Padre Isaías Barriga, director de la emisora, cree que el uso de las grabadoras ha demostrado a los campesinos que "el poder de la palabra" está a su disposición y que, tanto los fines como las satisfacciones de la vida de campo son únicas y vale la pena hacer el esfuerzo por alcanzarlas.

El progreso hacia el logro de los otros dos fines del proyecto ha sido bastante notable y es relativamente fácil de medir. Desde 1972 hasta 1973 las respuestas correctas a un cuestionario de desarrollo comunitario

aumentaron del 50 al 61,5 por ciento. En particular, el número de campesinos entrevistados que pensaban que la erosión era "algo pernicioso" aumentó del 26 al 58 por ciento. El número de campesinos que tuvo una puntuación "elevada" (55) en una prueba de lectura y aritmética, administrada anualmente entre 1971 y 1973, aumentó espectacularmente. Las tasas generales de deserción aumentaron del 26 por ciento en el año escolar de 1971-1972 al 45 por ciento en el año siguiente; pero este problema quizás refleje factores externos (malas cosechas, y la migración consiguiente en busca de trabajo, este último facilitado por una nueva carretera que redujo a la mitad el tiempo de viaje a Quito).

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los auxiliares, a quienes se dejó actuar independientemente después de recibir una orientación de media hora sobre la operación de los aparatos "cassette", se familiarizaron rápidamente con el equipo y lo utilizaron en forma cuidadosa e imaginativa.
- Un grupo rural participante que no tenía máquina cassette, alquiló un automóvil para trasladarse al estudio de la estación de radio, de manera que sus miembros pudieran efectuar una "transmisión directa personal".
- Las observaciones sumamente técnicas de un agrónomo bien intencionado, pero no familiarizado con la situación local, fueron "traducidas" por un campesino a un lenguaje más fácil de comprender.
- Una comunidad grabó una charla ofrecida por un funcionario del programa de desarrollo y conservó la cinta como registro permanente de sus promesas al pueblo.

REFERENCIAS:

"Programming by the People: An Ecuadorian Radio Experiment", James Hoxeng, *Educational Broadcasting International*, Vol. 10, No. 1, marzo de 1977.

"Tabacundo: Battery-Powered Dialog," James Hoxeng, Valerie Iekis y Alberto Ochoa, *Technical Notes on Nonformal Education*, Center for International Education, University of Massachusetts, Amherst, Massachusetts, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

PROYECTO DE IGUALDAD DE ACCESO A LA EDUCACION PARA MUJERES Y NIÑAS

Alto Volta

BENEFICIARIOS:	**Las mujeres y niñas rurales en tres regiones del Alto Volta**
OBJETIVO:	**Proporcionar educación práctica como medio para mejorar el nivel de vida y la condición de las mujeres en la comunidad y capacitar maestros para perpetuar el movimiento**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, películas, diapositivas, dramatizaciones, materiales impresos y comunicaciones interpersonales**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Gobierno del Alto Volta (el Ministerio de Educación y Cultura, y otros organismos de las 11 Organizaciones para Desarrollo Rural del Alto Volta), UNESCO, PNUD, OIT, FAO; y otros organismos internacionales, gubernamentales y no gubernamentales**
DURACION:	**Planificado e iniciado en 1967, continua por lo menos hasta 1981**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Madame Scholastique Kompaore, Project Manager, Project d'Égalité d'Accès des Femmes et des Jeunes Filles à l'Education, B.P. 111, Ouagadougou, Alto Volta; Mary Lynn Hanley, Information Officer UNDP, One United Nations Plaza, New York, N.Y. 10017 EE.UU.; Brenda McSweeney, UNDP, B.P. 575, Ouagadougou, Alto Volta**

DESCRIPCION:

El Gobierno del Alto Volta y la UNESCO pusieron en ejecución en forma conjunta el *Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas* en 1967 para mejorar el nivel de vida en 83 comunidades rurales y elevar la condición de las mujeres en la comunidad. Para sentar las bases de una reforma tan amplia, el personal del proyecto adoptó metas intermedias claramente definidas. Llevó a cabo estudios sociológicos para identificar los obstáculos al acceso de las mujeres a la educación, lanzó campañas de alfabetización para las mujeres rurales, instituyó programas de adiestramiento para los educadores comunitarios y programas de liderazgo femenino y auspició cursos de instrucción básica en nutrición, agricultura, economía doméstica, salud, y el establecimiento de industrias a pequeña escala y cooperativas de artesanías.

En 1967, se llevó a cabo un estudio de evaluación de necesidades en toda la nación. Se seleccionaron como centros pilotos a Kongoussi, Banfora y Po —tres regiones con diferentes componentes étnicos y linguísticos así como diferentes condiciones económicas. Dado que las mujeres del Alto Volta están ocupadas desde que sale el sol hasta el anochecer y no tienen tiempo para las actividades educativas, la primera fase del proyecto consistió en la introducción de medios para ahorrar el trabajo manual: pozos, máquinas de molienda, carros y clínicas de maternidad. Al mismo tiempo se introdujeron métodos destinados a salvar vidas —programas de instrucción sobre higiene, nutrición y salud— dirigidos a aligerar el peso sicológico y físico de las mujeres.

Debido a que los tres proyectos pilotos no comenzaron simultáneamente, varió el período en el cual se habían reducido lo suficientemente los obstáculos relativos al tiempo y a la salud como para permitir la participación de los habitantes de las comunidades en los programas de alfabetización y capacitación vocacional (en términos generales eso ocupó entre 1970 y 1975). Sin embargo, se habían distribuido radios y se habían formado grupos de oyentes a principios del proyecto y ambos tuvieron un papel crucial en las campañas agrícolas y de mejoras en las comunidades. Por lo tanto, la radio se convirtió en uno de los dos medios principales de instrucción. (Los programas de instrucción en las escuelas, el otro método utilizado, fue diseñado principalmente para las niñas.)

En general, se preparan semanalmente los programas en los idiomas locales. Se incluyen debates sobre los éxitos y problemas que afectan las actividades del proyecto y otros aspectos de interés para las mujeres rurales, y se incorporan los puntos de vista de las comunidades así como canciones compuestas por músicos locales sobre las actividades del proyecto. Durante la capacitación, las líderes femeninas representan obras teatrales y las mujeres de las comunidades toman parte en representaciones culturales que son continuación de las obras de la comunidad, el vehículo tradicional en toda Africa para comentarios sociales, control social y

noticias de la región. Además de las películas y exhibiciones de diapositivas preparadas y mostradas en la localidad se presentan discusiones sobre las mismas. Este intercambio entre comunidades, entre regiones y entre zonas rurales y urbanas se fortalece aún mediante la distribución de períodos en los idiomas locales.

RESULTADOS:

Se llevó a cabo una evaluación del proyecto "Acceso" en 1974, a cargo de una comisión compuesta de representantes del Gobierno del Alto Volta, el PNUD y UNESCO. La misma identificó que la escasez de transporte, la pobreza de servicios de comunicación, la falta de instalaciones para la producción y distribución de los materiales necesarios para los programas de alfabetización y la falta de capacitadores para los programas de alfabetización y desarrollo comunitario son los obstáculos principales a la realización de los objetivos del proyecto. Al mismo tiempo, la comisión presentó la idea de que los programas de alfabetización deben estar dirigidos tanto a los hombres como a las mujeres, si es que van a tener éxito, dado que hombres analfabetos no van a estar deseosos de alentar a sus esposas e hijas para que aprovechen las oportunidades que se les presentan cuando ellos mismos no gozan de esas oportunidades. El problema más difícil de solucionar ha sido el escaso número de empleos disponibles para las mujeres que logran aprender a leer y adquieren capacitación. De acuerdo a un informe de la UNESCO, la capacitación fue inapropiada en muchos casos y los empleadores todavían discriminan en contra de las mujeres.

Las actividades que se han emprendido desde 1967 son el tema de una evaluación que se está llevando a cabo en la actualidad. Se está prestando especial atención al impacto de las tecnologías sobre el uso del tiempo por parte de las mujeres y su productividad. Las estadísticas dadas a conocer en 1976 mostraban que 109.042 habitantes de las comunidades rurales habían participado en el proyecto durante 10 años, que se había adiestrado a 100 parteras, 427 letrinas habían sido construidas junto con el componente sanitario necesario; se habían formado 85 grupos de radio escuchas y 42 "especialistas" (especialistas de extensión femeninas) habían establecido residencia en 42 comunidades.

En la actualidad el proyecto está en proceso de ampliación para cubrir la nación en su totalidad. Las actividades serán ejecutadas por el Ministerio de Educación y Cultura Nacional con la colaboración de los Ministerios de Desarrollo Rural, Salud y Asuntos Sociales, Asuntos Ambientales y de Trabajo.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Durante los primeros años del proyecto, los maestros fueron seleccionados entre los instructores calificados de educación primaria y secundaria. Más tarde, algunos obtuvieron becas en el exterior para estudiar técnicas de educación no formal.
- Las especialistas femeninas de programas de extensión en las comunidades sirven de enlace entre los equipos regionales y las líderes en las comunidades rurales (parteras y otras).
- Las radios y máquinas de molienda proporcionadas por el proyecto experimentaron numerosas dificultades mecánicas. En consecuencia, el proyecto incorporó una unidad de tecnología apropiada para llevar a cabo investigaciones y experimentos que ayudarán a las mujeres a realizar su tarea más eficientemente y con mayor rapidez.
- El Alto Volta es uno de los países económicamente menos desarrollados del mundo, y su población rural representa un 95 por ciento del total.
- Un equipo nacional de coordinación trabaja estrechamente con tres equipos regionales para formular, programar y coordinar las actividades del proyecto a nivel nacional.
- Aunque la condición de la mujer en el Alto Volta es por lo general inferior a la del hombre, las diferencias regionales en la condición de la mujer forzaron a los organizadores del proyecto y a los elaboradores de los programas a desarrollar materiales de alfabetización y actividades que fueran específicas para atender las necesidades de cada uno de los grupos locales.

REFERENCIAS:

"Project Experimental: Égalité d'Accès des Femmes et des Jeunes Filles à l'Education," informe de la Comisión Nacional del Alto Volta para la UNESCO, Ouagadougou, mayo de 1974.

"A New Chance for Rural Women," Mary Lynn Hanley, *Action UNDP*, enero-febrero de 1975.

"Le Projet d'Égalité d'Accès des Femmes et Jeunes Filles à l'Education: 1967-1976," Ministerio de Educación y Cultura Nacional, Ougadougou, noviembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

PROYECTO DE DESARROLLO RURAL INTEGRAL DE SHADAB

Pakistán

BENEFICIARIOS:	**Los habitantes de 60 comunidades rurales en las cercanías del Lahore (aproximadamente 184.000 personas)**
OBJETIVO:	**Estimular el aumento de la producción agrícola y las oportunidades de comercialización, fomentar el desarrollo de las industrias rurales y los proyectos de viviendas, establecer cooperativas y planes de crédito, crear oportunidades para la autoayuda y la participación comunitaria y llevar a cabo actividades educativas**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Materiales impresos y comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Programa de Desarrollo Rural Integral de Pakistán, la Asociación para la Planificación Familiar de Pakistán, y el Ministerio de Agricultura de Pakistán**
DURACION:	**Establecido en 1971; continúa en la actualidad**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**M. Sadiq Malik 26-Hill Road, F. 63, Islamabad, Pakistan; John Rowley, International Planned Parenthood Federation, 18-20 Lower Regent Street, London SWIY 4 PW, England**

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab* siguió una serie de proyectos de desarrollo integral que tuvieron, en el mejor de los casos, un éxito moderado. Al igual que los programas anteriores que fracasaron, el proyecto fue diseñado para aumentar la producción agrícola. Pero abarca virtualmente todos los aspectos de la vida rural — algo que la mayoría de los proyectos anteriores no hicieron. Los componentes del *Proyecto Shadab* incluyen el desarrollo comunitario, la educación agrícola y asistencia, programas bancarios y de crédito, educación primaria para adultos y niños, y un elemento multidimensional de planificación familiar que incluye capacitación vocacional, trabajo juvenil, y cursos de alfabetización.

El elemento clave del *Proyecto Shadab*, que sirve como proyecto piloto y modelo para el IRDP (Programa de Desarrollo Rural Integral) en Pakistán, es la organización. Bajo la coordinación de una organización central en la que hay mayor flexibilidad a medida de que se aparta del centro, figuran todos los organismos gubernamentales que actuan en el desarrollo rural, así como aquellos organismos semi-oficiales, privados, y comerciales que tienen el mismo objetivo. Las 60 comunidades rurales en la zona del proyecto se dividen en diez consejos-uniones y los servicios técnicos, materiales y educacionales se brindan a nivel del centro administrativo, denominados el *markaz*. Este sistema es supervisado por un administrador del proyecto asistido por dos ayudantes (uno que administra asuntos técnicos, y otro que supervisa las cooperativas) y diez asistentes a nivel inferior (egresados de los colegios agrícolas que ofrecen asesoría a los agricultores y organizan actividades a nivel de los consejos-uniones).

El enfoque dado al desarrollo rural por los directores del *Proyecto Shadab* consiste en proporcionar a los habitantes rurales con todo lo que necesitan para que ellos mismos determinen el orden de las prioridades de desarrollo. A menudo basta proporcionar información. Pero en los casos en que ésto no es suficiente, los beneficiarios del proyecto usan el mismo canal por el cual reciben la información para obtener otro tipo de ayuda: van al *markaz* donde la mayoría de los organismos gubernamentales y demás organizaciones tienen representantes. Estos centros administrativos sirven asimismo como sede para las cooperativas federadas de agricultores.

A nivel de la comunidad, los diez asistentes del administrador del proyecto proporcionan información y suministros, ayudan a los agricultores a hacer los arreglos para la venta y envío de sus productos, a negociar préstamos y créditos, a atender los lotes de demostración, a ayudar a los agricultores a organizar ferias y exposiciones agrícolas, y a llevar a cabo reuniones. Si el tiempo lo permite, también organizan clubes juveniles, supervisan la prestación de servicios de salud rudimentarios, y organizan clases de educación para adultos.

En conjunción con este proyecto la Asociación de Planificación Familiar de Pakistán tiene a su cargo las clases de educación para adultos. Utilizando maestros capacitados y materiales impresos, las clases enfocan principalmente los temas de planificación familiar. Los especialistas en planificación familiar alientan a los adultos de la localidad para que asistan a las clases y los voluntarios de las clases de alfabetización actuan también como agentes catalíticos para motivar a la población a que pruebe los métodos de planificación familiar.

El objeto a largo plazo del director del *Proyecto Shadab* consiste en conseguir la descentralización y dispersión de los fondos del gobierno através del *marcaz*. Entretanto, los planes a corto plazo incluyen seminarios de capacitación para el personal de campo y lograr el apoyo de un mayor número de líderes locales hacia esta causa.

RESULTADOS:

Aparentemente, el *Proyecto Shadab* no ha sido evaluado en forma sistemática. Sin embargo, sus éxitos y debilidades no han pasado desapercibidos para muchos observadores. El componente de planificación familiar ha sido cuantitativamente evaluado.

Los indicadores del éxito logrado incluyen un aumento cuádruple en la producción agrícola en una zona de mucha precipitación incluida en el proyecto, el aumento cuádruple del número de personas que han aceptado la planificación familiar (de 779 en 1973 a 3.322 en 1974) y la construcción de un camino transitable durante todas las estaciones del año que facilitó el comercio y que permitió al personal gubernamental llegar por primera vez a algunas comunidades remotas. Además, algunos agricultores han informado que están logrando dos cosechas por año, en tierras que solían rendir sólo una y que están logrando otros avances en el rendimiento de las cosechas.

En un tono más negativo, la rapidez con que los especialistas del proyecto predijeron que se multiplicarían los éxitos, se piensa ahora que fue altamente utópica dada la limitada disponibilidad de recursos y del personal capacitado y dada la resistencia predecible de una integración total por parte de la burocracia. De todas maneras, hasta comienzos de 1978 se habían iniciado 635 proyectos siguiendo el modelo del *Proyecto Shadab* en las zonas rurales pakistanis.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se utilizan nueve escuelas primarias y 35 centros de educación de adultos establecidos en la zona de *Shadab* como instalaciones de la Universidad Popular Abierta, dirigida a los habitantes que desean obtener una capacitación vocacional y técnica o cursar materias a nivel universitario.
- Se organizaron los líderes y otros habitantes claves de las comunidades rurales al comienzo del proyecto en "comités modelos" cuyo asesoramiento ha resultado ser crítico para el éxito del *Proyecto Shadab*.
- Cuando comenzó el proyecto, se estimaba que un 95 por ciento de los agricultores en la zona del *Proyecto Shadab* eran analfabetos.
- Se suponía en un principio que el administrador del proyecto tenía que obtener la cooperación de los organismos voluntarios, pero la mayoría de tales organizaciones en la zona habían desaparecido, faltaban fondos o estaban mal organizadas como para poder ser efectivos.
- Según el primer director del proyecto, un impedimento para lograr la "coordinación horizontal" en el desarrollo rural es el sentimiento entre los varios departamentos gubernamentales de que el Programa de Desarrollo Rural Integral (IRDP) es un organismo superior y representa una amenaza potencial para la soberanía de los otros organismos. "Estamos tratando de convencerlos que no somos un departamento, sino un programa," expresó mientras se encontraba a cargo del proyecto.

REFERENCIAS:

"Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy el Bushra y Susan Perl, *IEC Broadsheet* #8, International Extension College y IPPF, Londres, 1976.

"Punjab's Push for Prosperity," John Rowley, *People*, Vol. 2, No. 3, International Planned Parenthood Federation, Londres, 1975.

"Description of Shadab Pilot Project Chung," documento impreso por el gobierno pakistani, sin fecha.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

EXPERIMENTO DE TELEVISION EDUCATIVA VIA SATELITE

India

BENEFICIARIOS:	**Los habitantes de 2.400 aldeas remotas en los distritos subdesarrollados de seis estados de la India, y televidentes urbanos y semi-urbanos en Delhi y Amritsar y sus alrededores y en el distrito de Kheda de Gujarat**
OBJETIVO:	**Desarrollar y evaluar el potencial de un sistema de televisión educativa via satélite para el desarrollo nacional a través de la educación convencional y no convencional**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Emisión directa de televisión via satélite a las aldeas y redifusión via trasmisores terrestres urbanos**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La "Indian Space Research Organization" (ISRO), (Organización de Investigación Espacial de la India); el Ministerio de Información y Trasmisión; el Ministerio de Educación; la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio de los EE.UU. (NASA)**
DURACION:	**Via satélite durante un año (desde agosto de 1975 hasta julio de 1976), continuado a través de estaciones terrestres de trasmisión hasta que el satélite de la India esté listo en 1981.**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Prof. E.F. Chitnis, Space Applications Center, ISRO, P.O. Box 11, Jodphur Teka, Ahmedabad 380909, India; Prof. Bella Mody, Institute for Communication Research, Cypress Hall, Stanford University, CA 94305, EE.UU.**

DESCRIPCION:

En agosto de 1975, después de seis años de planificación, India comenzó un experimento único y de alcance masivo para apoyar el desarrollo nacional a través de emisiones de televisión educativa via satélite. El objetivo principal del *Experimento de Televisión Educativa via Satélite (SITE)* fue proporcionar programación educativa convencional y no convencional y cultural a los habitantes de aldeas rurales remotas. La Administración Nacional de Aeronáutica y del Espacio de los EE.UU. le prestó a la India el satélite ATS-6 por un año, colocándolo en su lugar sobre el Océano Indico. Se utilizó el satélite para trasmitir programas a los receptores de televisión comunitarios en las 2.400 aldeas elegidas para el experimento (una audiencia potencial de 2.8 millones). La Organización de Investigaciones Espaciales de la India (ISRO) tuvo a su cargo los equipos terrestres del experimento; Doordarshan (el servicio de televisión nacional de la India) se encargó de producir la mayoría de los programas; y el Centro de Aplicaciones Espaciales del ISRO llevó a cabo la evaluación del programa.

Los programas se trasmitieron cuatro horas por día en cuatro de los 14 idiomas principales de la India, ya sea con una programación separada para cada idioma o con el sonido doblado. Se utilizaron una variedad de programas, incluyendo demostraciones, conferencias, entrevistas, teatro, discusiones de paneles, cantos y danzas, marionetas, y respuestas a las cartas del público.

Se dedicó la mayor parte de la programación a la instrucción no convencional sobre agricultura, salud y planificación familiar, dirigida a la población adulta. Estos programas, emitidos durante dos horas y media todas las tardes, incluyeron media hora de noticias nacionales en hindi, y entre 40 minutos a 1 hora de programación al desarrollo regional en hindi, telegu, kannada, y oriya. Segunda en importancia era la programación para los niños escolares entre los 5 y 12 años de edad. Los programas proporcionaban un suplemento educativo más que un programa de estudios básico, con gran énfasis en la educación en las ciencias. Los programas escolares duraban de una hora y media por día (22 minutos y medio en cada uno de los cuatro idiomas). Se proporcionó instrucción a los maestros en el uso de las lecciones por televisión y cómo relacionarlas con el ambiente del niño. También se les proporcionó sinopsis impresas de los programas antes de cada trasmisión acompañadas de sugerencias para actividades y afiches. El tercer programa principal fue el adiestramiento de maestros llevado a cabo durante las

vacaciones escolares y que formó parte de un curso más importante que utilizó además otros métodos de comunicación educativa.

Las actividades auxiliares adicionales y los "experimentos-dentro-del-experimento" incluyeron un programa para agentes de extensión agrícola y el establecimiento de un laboratorio experimental en el campo para examinar los enfoques de la programación a nivel de las bases. El laboratorio trasmitió programas experimentales dentro de un radio de 40 kilómetros en el distrito de Khed utilizando un trasmisor terrestre convencional de 1 kw de potencia.

La meta principal de la India fue obtener una gama completa de experiencia para elaborar, probar, y administrar un sistema de televisión educativa via satélite antes de instalar su propio sistema nacional de satélites. Con este fin, todo el material usado en tierra, desde el equipo electrónico hasta la programación, fue desarrollado en la India. Dado que el ATS-6 generaba señales más poderosas que los satélites anteriores, se necesitó una estación terrestre menos poderosa y menos costosa para trasmitir la señal, la cual la India pudo construir con un mínimo de material importado. De la misma forma, los 2400 sistemas de recepción directa, que consistían en una antena de malla de alambre de 3 metros de diámetro, un convertidor de señal y un monitor de televisión fueron producidos en la India, a un costo de U.S.$1.100 dólares cada uno. Se establecieron centros de producción especiales en Cuttack, Hyderabad, y Delhi para producir programación específica según el idioma y otras especificaciones de la zona. Se utilizaron cintas de grabación de 2,5 cm de amplitud. Se establecieron cuatro centros de mantenimiento en cada uno de los seis estados y cada uno tiene a su cargo la manutención en buen estado de 100 receptores comunitarios.

SITE también se caracterizó por tener un componente importante de investigación y evaluación. Se llevaron a cabo estudios sobre los perfiles de los televidentes y de sus necesidades. Se diseñaron programas piloto y se los ensayó con anterioridad en las comunidades. Durante las trasmisiones se efectuó retroalimentación constante de los programas por parte de los televidentes sobre el impacto del mensaje y las condiciones de la trasmisión. Antropólogos que fueron a vivir en algunas comunidades seleccionadas por un período de seis meses antes de la iniciación del proyecto *SITE* y permanecieron en las mismas hasta tres meses después del mismo, llevaron a cabo estudios completos de los patrones culturales y de comunicación y cómo el proyecto influyó sobre los mismos. Los sociólogos llevaron a cabo estudios sobre el impacto causado por un año de televisión en los habitantes adultos de las villas. Los sicólogos estudiaron el impacto de la televisión en los niños de las escuelas primarias.

RESULTADOS:

Quizás los resultados más importantes del proyecto *SITE* fueron la coordinación exitosa entre dos importantes organismos gubernamentales y la demostración con éxito de la experiencia técnica y operativa de una tecnología a gran escala y compleja en un país del Tercer Mundo. El proyecto brindó a una población geográficamente y socioeconómicamente diversa el acceso a una variedad de información. Hubo avances estadísticamente significativos en relación con la información sobre medidas preventivas para la salud, planificación familiar, cría de animales, información política, y la vida moderna en general. Aunque la televisión no desplazó o aumentó el uso de otros medios de difusión, aumentó sin lugar a dudas el contacto de los habitantes de la comunidades rurales con los representantes de los servicios de extensión a nivel de las mismas. En general, la magnitud total del avance en conocimientos fue mayor para las castas más bajas, los analfabetos, las mujeres, los grupos de bajos ingresos, y para aquellos que informaron que miraban la televisión en forma regular, es decir, para los grupos que estaban menos expuestos a otras fuentes de información.

El tamaño de la audiencia durante el primer mes, que alcanzó un promedio alto de 300, se niveló a 50 u 80 por comunidad después que pasó la novedad. El tamaño de la audiencia diaria dependió de los niveles de la actividad agrícola y la programación que se esperaba esa tarde. La composición de la audiencia nocturna fue de aproximadamente un 50 por ciento de hombres adultos, 20 por ciento de mujeres adultas, y un 30 por ciento de niños. Los agricultores de pequeña escala y los peones sin tierra representaron el grupo más numeroso de televidentes. El estudio de la retroalimentación indicó que los programas educativos y aquellos con un mensaje eran preferidos a los de entretenimiento únicamente. En el programa escolar, los niños en aulas con televisores mostraron un aumento significativo en el desarrollo del lenguaje. La televisión no tuvo, sin embargo, impacto alguno en las cifras de inscripción y de ausentismo. En la parte tecnológica, la fidelidad de los receptores de las comunidades fue de un poco más del 90 por ciento, una vez que se solucionaron los problemas iniciales. La fidelidad de las principales estaciones terrestres fue del 99 por ciento.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Treinta y cuatro días antes de la fecha de iniciación de las trasmisiones del proyecto *SITE*, Indira Gandhi declaró un estado de Emergencia Nacional que abarcó la censura total de los medios de difusión. Muchos de los programas de noticias fueron utilizados para trasmitir información sobre la Emergencia.
- Se instalaron en un estado ciento cincuenta aparatos de televisión perados a batería como parte de un experimento utilizando un tipo de recepción diferente. Estos aparatos tuvieron menos problemas que aquellos que dependieron de la electricidad.
- El plan de investigación y evaluación *SITE* fue concebido como un ejercicio multidisciplinario, en el cual participaron más de cien científicos sociales e investigadores de los medios de difusión de la India.
- Un 82 por ciento de los costos totales del proyecto *SITE*, entre 15 y 20 millones de dólares fueron

utilizados en equipos, 9 por ciento en programación, 6 por ciento en administración y coordinación y 3 por ciento en la investigación social y evaluación.

REFERENCIAS:

"Planning fo Satellite Broadcasting: The Indian Instructional Television Experiment," de Romesh Chander y Kiran Karnik, UNESCO, 1976.

"The Indian Satellite Instructional TV Experiment: Its Origins, Organization, Messages, and Effects" por Bella Mody. Documento presentado durante el Congreso anual de la Asociación Internacional de Comunicaciones, 1978.

"SITE Teacher Training," *Proyecto de Perfil*, Clearinghouse on Development Communication, enero de 1978.

"SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead," *Development Communication Report*, No. 19, julio de 1977.

"Planning Development-Communication Software: Lessons from SITE," por Bella Mody, *Development Communication Report*, No. 23, julio de 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Setiembre de 1979

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

LA TELEVISION EDUCATIVA Y LA REFORMA DE LA EDUCACION

El Salvador

BENEFICIARIOS:	**Estudiantes de séptimo, octavo y noveno grados en El Salvador**
OBJETIVO:	**Llevar la educación pública a todos los jóvenes de 13 a 15 años a fin de incrementar la fuerza laboral de nivel medio de El Salvador**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La televisión y materiales impresos complementarios**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Gobierno de El Salvador (ayudado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, la UNESCO, otras agencias de ayuda internacional y los gobiernos de México y Japón)**
DURACION:	**El proyecto se llevó a cabo durante los ultimos años de la década de 1960-1970; actualmente se está ampliando con el fin de que abarque los grados primarios inferiores; se espera que abarque desde el grado uno al nueve para el año 1980**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Sra. Ana María Merino de Manzano, Televisión Educativa-El Salvador, Ministerio de Educación, San Salvador, El Salvador; Dr. Robert C. Hornik; Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA 19104, U.S.A.; Dr. Henry T. Ingle, 7938 Bayberry Drive, Alexandria, VA 22306, U.S.A.**

DESCRIPCION:

El proyecto de *Televisión Educativa del El Salvador* comenzó a fines de la década de 1960-1970 como parte de una amplia reforma de la educación. En conjunto, la reforma que fue iniciada por el Presidente Fidel Sánchez Hernández, tuvo por meta dar cumplimiento al derecho de todos los salvadoreños a nueve años de escuela gratuita y ampliar la fuerza laboral de nivel medio del país, así como efectuar una mejora general de los sistemas de enseñanza.

Cuando se introdujo la televisión educativa, se realizaron otros cambios que tuvieron una influencia sobre el impacto producido por la televisión. Se reorganizó el Ministerio de Educación bajo la dirección de una autoridad central más fuerte y se amplió de forma que comprendiera una oficina de planificación. Al mismo tiempo, se revisó el sistema de supervisión y los planes de estudio de las escuelas, se concedieron unas vacaciones pagadas de un año a los maestros del Tercer Ciclo (séptimo, octavo y noveno grados) para que participaran en actividades intensivas de recapacitación, se eliminó la cuota para los grados siete a nueve, se establecieron sesiones dobles y se implantó un sistema de promoción o graduación de los estudiantes mucho más liberal. Todos estos cambios fomentaron y ocacionaron un considerable crecimiento en las inscripciones en las clases.

El núcleo de planes de estudio revisados se transmitió por television, y sobre este medio, presumiblemente, recayó parte del incremento en la carga de enseñanza a partir de febrero de 1969, fecha en que se utilizó por vez primera en 32 clases pilotos de séptimo grado. A partir de entonces, se transmitieron semanalmente cuatro programas de 20 minutos de duración en cada uno de los cinco campos o materias: español, ciencias sociales, ciencias naturales, matemáticas e inglés. Cada lección televisada fue precedida por una sesión de refuerzo dirigida por un maestro que duraba unos 20 minutos. Para complementar las lecciones televisadas se utilizaron guías del maestro y los cuadernos o anotadores de los estudiantes.

Los informes sobre el éxito del proyecto de televisión educativa en El Salvador difieren unos de otros, pero el proyecto continúa con más fuerza. Mediante un análisis cuantitativo se ha demostrado que los estudiantes de las clases por televisión obtuvieron un adelanto general en pericias básicas comprendido entre el 15 y el 25 por ciento por encima de sus semejantes que estudiaron en clases tradicionales o en clases reformadas sin la televisión educativa. Los indicadores cualitativos también son positivos: tanto los estudiantes (especialmente los desventajados y los lentos en aprender) como los maestros, expresaron aprobación y entusiasmo por las

clases televisadas. Aun cuando el entusiasmo se aminoró un poco después de haber pasado la novedad de la televisión (unos cuatro años después de su introducción), las producciones más animadas continúan siendo populares.

Algunos maestros y evaluadores de proyecto relacionados con la televisión educativa de El Salvador creen que todavía no se ha logrado el pleno potencial del programa. La queja que más presentan los maestros que participaron en la televisión educativa ha sido que la calidad de las lecciones por televisión es errática. Un evaluador afirmó que el proyecto de El Salvador corroboraba la noción de que la televisión puede utilizarse óptimamente para presentar material que no puede presentar tan bien el maestro (en competición con la televisión, algunos maestros la tratan como una "niñera", mientras que otros no la usan en absoluto). Finalmente, algunos evaluadores alegan que esta reforma de la educación no se ha integrado debidamente en el plan general de desarrollo de El Salvador, que los estudiantes que participan en el programa no pueden encontrar trabajo o que no encuentran espacio en el nivel siguiente de educación, el "Bachillerato Diversificado".

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La recepción de los estudiantes ante la televisión educativa fué mayor con respecto a las matemáticas o las ciencias naturales. Sin embargo, el adelanto logrado en las matemáticas fué mayor que el logrado en las ciencias naturales y las ciencias sociales.
- Los líderes salvadoreños, opuestos a la idea de tener que depender de asesores extranjeros para dirigir su nuevo programa de televisión educativa, insistieron en que el personal local fuera el elemento principal responsable del programa desde el principio.
- En julio de 1971, los maestros salvadoreños se declararon en huelga. A pesar de que el aumento en la carga de trabajo precipitado en parte por el empleo de la televisión en la sala de clase no fue un argumento importante, algunos maestros en huelga lo mencionaron.

REFERENCIAS:

"ITV, Reform and Investment Priorities for Formal Education in El Salvador," Arthur K. Burditt III, Princeton University, Princeton, N.J., 1976 (inédito).

"Reconsidering the Use of Television for Educational Reform: The Case of El Salvador," Henry T. Ingle, en *Educational Television: A Policy Critique and Guide for Developing Countries*, Robert Arnove, editor, Praeger Publishers, New York, N.Y., 1976.

Educational Reform with Television: The El Salvador Experience, John K. Mayo, Robert C. Hornik, y Emile G. McAnany, Stanford University Press, Stanford, California, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

MATEMATICAS POR RADIO

Nicaragua

BENEFICIARIOS:	**Niños de la escuela primaria de Nicaragua**
OBJETIVO:	**Desarrollar un sistema prototipo para la enseñanza de las matemáticas elementales**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, complementada con instrucción en la aulas y materiales impresos**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La Oficina de Asistencia Técnica de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional; el Gobierno de Nicaragua**
DURACION:	**El programa fue iniciado en julio de 1973 y continuó hasta junio de 1979**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Ms. Jamesine Friend, Apdo. 122, Masaya, Nicaragua; Dra. Barbara Searle, Education Department, World Bank, 1818 H Street, N.W., # D 1818, Washington, D.C. 20433**

DESCRIPCION:

El Proyecto de Matemáticas por Radio es un ensayo para elaborar y transmtir lecciones elementales de matemáticas que retengan el interés de los niños. Una parte del proyecto la constituye el desarrollo del plan de estudio. Otra es la creación de un método para utilizar los datos sobre rendimiento, con miras a revisar y mejorar las lecciones. Una tercera, es el análisis de las habilidades matemáticas y de los conceptos enseñados en las lecciones. Y como base de estas tres actividades, está el desarrollo de la radio como medio educativo.

El proyecto comenzó en julio de 1973. Después de seleccionar el lugar, el personal preparó un minucioso plan de investigación y sometió a prueba una muestra de las lecciones en las escuelas de California. A mediados de 1974 se organizó la oficina en Nicaragua y comenzó a producir pruebas de comprobación de resultados y procedimientos para el programa. Para 1975, se estaban utilizando 150 lecciones en 16 clases experimentales. En el verano de 1976 más de 85 clases del primer y segundo grado estaban utilizando lecciones de matemáticas por radio.

Cada lección de matemática por radio consiste en una grabación de 30 minutos de duración, seguida de una presentación hecha por el maestro con la ayuda de una guía de dos a tres páginas. Una lección típica consiste de numerosas partes de instrucción y de diversión que requieren, con excepción de algunas, un promedio de cuatro respuestas por minuto por parte de los estudiantes (escribiendo las respuestas, hablando en voz alta, cantando). En las lecciones hay pocas explicaciones directas, abarcan muchos temas y promueven diversos tipos de respuestas. Las actividades posteriores a la retransmisión duran un mínimo de 30 minutos y requieren el uso de una pizarra. Hasta 1975 las hojas de trabajo también formaban parte de casi todas las lecciones.

RESULTADOS:

En 1975, se administró una prueba final que demostró que los niños de las clases que utilizaron la serie de matemáticas por radio, obtuvieron notas que eran un 21 por ciento superiores a las de los grupos que estudiaron las matemáticas en un ambiente de aprendizaje tradicional. La evaluación realizada en el segundo año puso de manifiesto una disparidad aún mayor entre ambos grupos. Los estudiantes de primer grado obtuvieron resultados que eran un 60 por ciento mejores que los del grupo de control, mientras que los estudiantes de segundo grado lograron una ventaja del 29 por ciento.

Al concluir el año escolar de 1975, un 73 por ciento de los maestros participantes dijeron que los niños del programa de matemáticas por radio habían aprendido más de lo que habrían logrado en las clases convencionales. Un 92 por ciento expresaron la esperanza de que continuara el programa de instrucción por radio.

Con apoyo de la AID, el *Proyecto de Matemáticas por Radio* ha sido prolongado hasta junio de 1979. En la

actualidad, se está tratando de concebir el plan de estudios, experimentándose con el uso de la instrucción por radio sin las hojas de trabajo, a fin de reducir costos y ampliar el proyecto de radio, con el fin de que se beneficien de él los estudiantes de grados superiores.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Una lección de la serie de *Matemáticas por Radio* recibió el Premio del Japón en el concurso internacional No. 11 de programas educativos, celebrado cada dos años, en el cual participaron 92 organizaciones de todo el mundo.
- El *Proyecto de Matemáticas por Radio* se amplió a petición del Ministerio de Educación de Nicaragua a fin de llevar las lecciones por radio a tres departamentos del país.
- En cada programa de radio se pidió a los estudiantes que respondieran activamente a lo que escuchaban por lo menos una vez durante cada minuto.
- En las clases se utilizan tapas de botellas y otros artículos gratuitos de uso local como ayuda para las operaciones aritméticas.

REFERENCIAS:

"*The Radio Mathematics Project: Nicaragua 1974-1975*", Barbara Searle, Jamesine Friend y Patrick Suppes, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Stanford University, 1976.

"Evaluation of the Radio Mathematics Project," Barbara Searle, Paul Matthews, Jamesine Friend y Patrick Suppes, inédito, octubre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

RADIO SANTA MARIA

República Dominicana

BENEFICIARIOS:	**Adultos de bajos ingresos de zonas rurales y urbanas de la República Dominicana**
OBJETIVO:	**Proporcionar educación primaria e intermedia que sea mejor y más económica que la ofrecida por el sistema escolar tradicional**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, materiales impresos y comunicaciones inter-personales**
DONANTES-PATROCINADORES:	**En su mayor parte autosuficiente con algún apoyo del Gobierno de la República Dominicana y contribuciones del sector privado**
DURACION:	**Iniciado en 1970; continúa aún**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Director, Radio Santa María, La Vega, República Dominicana; Dr. Robert A. White, Centre for the Study of Communication and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW 6 3EP, England**

DESCRIPCION:

Cuando se inauguró en 1964 bajo los auspicios de la Iglesia Católica de la República Dominicana, la *Radio Santa María (RSM)* concentró sus primeros esfuerzos educativos en un programa de alfabetización que sirvió para lograr la certificación de mas de 25,000 personas adultas durante un período de seis años. En 1970 se definió el enfoque actual —después de efectuarse una evaluación de las necesidades— programas dirigidos a certificados para niveles de escuela primaria e intermedia.

Siguiendo el modelo de ECCA, Emisora Cultural de Canarias, —la escuela radiofónica que tuvo sus comienzos en España en 1965— *Radio Santa María* está basada en tres ayudas educativas: cuadernos de trabajo con textos, programas de radiodifusión, y maestros de campo. La *RSM* también esta tratando de integrar los principios de la educación vitalicia —relacionando la enseñanza escolar con las necesidades de la vida real— en los programas de las escuelas tradicionales. Así, las clases de matemáticas, castellano (gramática) y estudios sociales se ilustran con "temas centrales" semanales que representan situaciones de la vida real de los campesinos. Algunos de los temas que se han usado en el pasado comprenden la explotación y la dependencia del ser humano.

Mientras que los programas diurnos y vespertinos incluyen música y programas educativos no tradicionales sobre agricultura, salud, y planificación familiar, las horas de 7:00 a 9:00 p.m. de lunes a viernes se reservan para lecciones que se califican. Durante esas horas, en que las otras cinco estaciones comerciales y religiosas amplian su esfera de difusión, la *RSM* trasmite a toda la nación. Cada noche se trasmiten clases a cuatro niveles escolares; media hora para cada grado. Durante una hora de difusión se completan cuatro lecciones de siete minutos cada una. Los intervalos restantes son para la participación activa del estudiante en los estudios y para completar las hojas de trabajo. La major parte de la tele-enseñanza la imparte un equipo de un hombre y una mujer; interpretan los papeles del maestro y del estudiante, haciendo preguntas y con una pausa antes de dar la contestación para que los oyentes tengan tiempo para contestar las preguntas en sus casas.

Los días sábados se congrega a los estudiantes de todo el país, por lo general en grupos de 20, en centros locales, donde un maestro les enseña por dos horas. Allí se recogen las hojas de trabajo (para ser corregidas y devueltas la próxima semana), se contesta a las preguntas de los estudiantes, y se discute el tema central. Además, cada estudiante compra el paquete de seis a ocho hojas de trabajo para la semana siguiente, a un costo de US$0,25 (de los cuales el maestro recibe 15 centavos).

Según una encuesta llevada a cabo en 1975, la mayor parte de los 20,000 estudiantes matriculados en los curso de la *Radio Santa María* anualmente son jóvenes adultos solteros de 18 años de edad cuyo potencial educativo se ve restringido por su ambiente rural. Los maestros de campo, al igual que los estudiantes, son jóvenes, pero se requiere que hayan completado varios años de educación por encima de los niveles que enseñan.

La metodología que ha elaborado la *Radio Santa María* basada en los principios de una educación vitalicia o continua rompe con la que depende de la enseñanza tradicional de memoria. El programa de estudios de la *RSM* subraya la educación como un medio que ayuda a los individuos a confrontar la vida y a sobrevivir en su ambiente. Este enfoque, enfatiza la situación social de los estudiantes, requiere que los maestros asuman la posición no tradicional de igualdad ante sus estudiantes, investigando y descubriendo con ellos más bien que impartiéndoles conocimientos. Se espera que mejore la auto-imágen del estudiante y su ajuste a su mundo real gracias a esta ecperiencia escolar.

RESULTADOS:

En 1975 se llevó a cabo un estudio de muestras estratificadas proporcionales de estudiantes adultos, que comparaba los resultados de pruebas estándar de los estudiantes de *Radio Santa María* con los de estudiantes adultos que recibieron su instrucción por métodos tradicionales. De manera general, los estudiantes radiofónicos (cuyos programas de estudios fueron adaptados para reflejar la vida rural) obtuvieron calificaciones iguales o mejores en las pruebas estandarizadas que los estudiantes que recibieron educación convencional. Los programas de estudios innovativos parecen haber estimulado a los estudiantes de la *RSM* a un mayor grado de participación en la comunidad. Los resultados de las pruebas correlacionadas con la competencia de los maestros de campo, sugiere que los maestros de campo de la *RSM* representan un refuerzo necesario para el material radial e impreso. Los estudiantes de la *RSM*, adultos que pueden aprender a un ritmo más acelerado, requieren menos tiempo en el aula. De este modo, un estudiante podrá terminar ocho grados escolares en cuatro años de estudio.

Una administración central aparentemente eficiente —un director y seis elaboradores de programas de estudio— organiza a 520 maestros de campo y 12,000 estudiantes por semestre —y los arreglos especiales relativos a edificios, radiodifusión y la compra de papel, han servido para mantener bajos los gastos de operación. El costo del sistema escolar de la *RSM* es de US$25 por estudiante por año calendario, comparado con US$39 por estudiante en los sistemas tradicionales de educación para adultos. Aunque el costo unitario aumenta con un mayor número de alumnos matriculados en las escuelas tradicionales, el enfoque radiofónico funciona a la inversa. Si se matricularan 40,000 estudiantes por año en el programa de la *RSM* el costo por estudiante se estima que bajaría a menos de US$20. Las contribuciones de los alumnos— aproximadamente US$7 por curso, cubren el 60 por ciento del presupuesto anual de la *RSM*. Los subsidios gubernamentales y las donaciones personales cubren casi todos los gastos restantes.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Debido a que la inversión en cada curso es aproximadamente el equivalente a cuatro dias de pago a la tasa del salario minimo, los estudiantes que comprenden el alcance de las tareas que debe cumplir su maestro de campo, inmediatamente notifican a la administración central cuando un maestro no corrige las hojas de trabajo o no envía las cuotas semanales.
- A fin de que las decisiones sobre las políticas queden en manos de los coordinadores del programa, la dependencia financiera en instituciones internacionales se ha limitado únicamente al establecimiento de la estructura física. Los componentes representados por los materiales de estudio se mantienen mayormente con el esfuerzo interno.
- Los registros semanales de matrícula determinan las cuotas de impresión para la semana siguiente, evitándose asi la impresión de una cantidad innecesaria de materiales impresos, y manteniendo los costos a un nivel bajo.
- La *Radio Santa María* que antes había enfocado sus programas hacia la región nor-central de Cibao en la República Dominicana, es ahora accesible a toda la república excepto para una pequeña región en la parte suroeste.

REFERENCIAS:

"An Alternative Pattern of Basic Education: *Radio Santa Maria*", Robert A. White, *Experiments and Innovations in Education*, No. 30, UNESCO-Paris, 1976

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1977

CAPACITACION DE MAESTROS: PROGRAMA *SITE*

India

BENEFICIARIOS:	**48.000 maestros de ciencias en escuelas primarias en seis estados abarcados por el satélite ATS-6**
OBJETIVO:	**Mejorar la eficacia de la metodología de los maestros de ciencias, introduciendo el método científico, mejorando el contenido de los programas de ciencias, y estimulando la experimentación en el aula escolar**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Satélite, televisión, materiales impresos, radio, comunicaciones interpersonales**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Centro de Tecnología Educativa (CET) en el Concejo Nacional de Investigación y Capacitación Educativa en la India**
DURACION:	**Con el satélite, durante el año experimental —1975-1976; continúa aún (con apoyo de otras tecnologías)**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Prof. Vijaya Mulay, Director, Indian Centre for Educational Technology, Sri Aurobindo Marg, New Delhi 110016, India; Prof. Snehlata Shukla, Sub-Director, CET**

DESCRIPCION:

En agosto de 1975, la India comenzó un experimento de un año de duración en educación por medio de un satélite para difundir una variedad de programas de desarrollo por televisión. La NASA prestó a la India un satélite ATS-6, colocándolo sobre el Océano Índico, donde su "huella" cubrió seis de los 22 estado de la India. En el experimento denominado *Satellite Instructional Television Experiment (SITE)* participaron 2.400 pueblos rurales de difícil acceso. El objetivo del programa consistía en comprobar la habilidad del país para producir y utilizar la televisión educativa diseñada para cubrir temas de agricultura, salud, planificación familiar, educación primaria, capacitación de maestros y desarrollo comunitario.

El Centro de Tecnología Educativa (CET) preparó los materiales para el proyecto *SITE*: 13 películas, de 22,5 minutos de duración cada una, 12 programas radiales (de 20 minutos cada uno), instrucciones para los maestros para realizar 24 horas de trabajo experimental en el aula y materiales impresos para estudio personal. El CET tambien condujo sesiones de capacitación para 3000 tutores seleccionados entre los graduados en ciencias que enseñaban en escuelas secundarias o estaban matriculados en instituciones de capacitación de maestros. El CET organizó el trabajo práctico para que no se necesitaran laboratorios convencionales o materiales costosos para llevar a cabo la experimentación. También ideó un sistema para capacitar a aproximadamente 24.000 maestros simultáneamente. Para este fin, el CET usó a 60 personas familiarizadas con la filosofía y los materiales del programa a fin de capacitar a 3000 tutores (para asegurarse de que por lo menos 2.400 estarían disponibles), quienes a su vez, estaban a cargo de la capacitación de los maestros.

Los programas de televisión, producidos en cuatro idiomas y difundidos por medio de los satélites a los receptores de los pueblos con antenas de mayor capacidad, y los programas radiales formaron la base del programa diario de capacitación. Se prepararon los materiales impresos relevantes pero su diseminación a veces resultó difícil por causa de las lluvias y de las malas carreteras. A fin de reforzar el contenido y la metodología, los maestro-instructores dirigían los debates después de las transmisiones. Se dedicaban luego dos horas y media de cada sesión a la experimentación —este énfasis se debe a que los maestros rurales, que no estaban familiarizados con la experimentación, no quieren arriesgar la pérdida de su dignidad al llevar a cabo experimentos delante del público, cuando éstos pueden fracasar. Los dirigentes del programa realizaron un esfuerzo concertado para demostrar que el método científico, descrito por el director del programa como: la observación de los hechos, el encuadrar el problema, el encontrar posibles causas y soluciones a los

problemas; la prueba de las posibilidades, y el logro de una solución— se pueden aplicar a una diversidad de situaciones.

Se subrayó una variedad de mensajes en el programa de capacitación. Los principales entre estos eran la importancia de los experimentos en las ciencias y el imbuir a los estudiantes el espíritu de la investigación científica, el hecho de que los experimentos pueden llevarse a cabo sin necesidad de un laboratorio, la propiedad de la aplicación del método científico como medio para ayudar a los niños a resolver sus problemas, la necesidad de aprovechar el ambiente en que se desenvuelve el niño en la solución científica de los problemas, y el valor de considerar el ambiente total de niño como laboratorio. También se enfatizó la importancia de aprender haciendo, la participación de la clase, el trabajo en grupo, y las visitas prácticas. Todos estos mensajes fueron presentados por medio del sistema de difusión más apropiado para cada caso.

RESULTADOS:

El CET realizó tres estudios en su proyecto de capacitación de maestros. Dos de estos estaban relacionados con los dos programas de capacitación ofrecidos en octubre de 1975 y julio de 1976; uno se llevó a cabo en una situación controlada. Cada uno de los tres estudios demostró resultados positivos en cuanto al conocimiento del contenido de la pedagogía. Estos logros variaban entre un 10 por ciento en el primer intento a un 40 por ciento en el experimento controlado. En general, las evaluaciones revelaron que los maestros de escuelas primarias se beneficiaron del programa de capacitación de manera positiva.

Además de los resultados positivos en el conocimiento y comprensión de los métodos, también se pudieron observar cambios en el comportamiento en el aula escolar. Aparentemente los maestros capacitados mediante este proyecto intentaban relizar más experimentos en sus aulas, haciendo un esfuerzo por incluir a los estudiantes en el aula. Sin embargo, continúa baja la iniciativa por parte de los alumnos para hacer preguntas.

Una vez que se difundió el éxito del proyecto, los educadores en diversas áreas donde no se ofreció esta capacitación inicialmente, han pedido los materiales y otras clases de asistencia para organizar programas similares en otros estados.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se ha implementado un sistema de retroalimentación para recibir las observaciones hechas por los maestros durante las sesiones de capacitación durante el año. Este sistema consiste de una correspondencia activa entre los egresados del programa y el CET. Muchos de los maestros rurales envían descripciones de sus problemas al CET, solicitando su asesoramiento. El Centro usa este material como enfoque base para programas futuros.
- Todo el material electrónico usado en el proyecto, con la excepción del satélite, fue producido en la India, como así también todo el material de programación.
- A pesar de que el satélite ATS-6 se retiró de la India en julio de 1976, todavía se usan los materiales conexos para la capacitación de maestros. La televisión ha sido reemplazada por películas, y la mayor parte de los programas de radio han sido grabados en cinta magnética.
- Los informes oficiales de los resultados obtenidos mediante los diversos componentes del programa SITE serán distribuidos por las agencias indias que participaron en el mismo. Los documentos de evaluación del programa de capacitación de maestros se distribuyen a través del CET.
- El satélite ATS-6, prestado por la NASA para el experimento SITE, genera señales de mayor voltaje que el de los satélites anteriores. Por lo tanto las estaciones terrestres son menos costosas, con antenas de fácil construcción de malla de alambre de 3 metros de diámetro. En consecuencia, para el gobierno indio el costo de las estaciones terrestres ha sido relativamente bajo.
- El satélite ATS-6 es el sexto y último de una serie de satélites estadounidenses diseñados para probar, entre otras cosas, la difusión de programas educativos a poblaciones rurales dispersas. En 1974 se usó el satélite en un experimento de un año de duración para proporcionar servicios médicos en Alaska. Proporcionaba comunicaciones televisadas entre dos clínicas remotas, un hospital de campaña y un hospital al cual se referían los pacientes.

REFERENCIAS:

"SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead", *Development Communication Report*, No. 19, julio de 1977.

Entrevista efectuada por representantes del Clearinghouse con los Profesores Vijaya Mulay y Snehlata Shukla, el 7 de mayo de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

CENTRO DE ENSEÑANZA A LARGA DISTANCIA DE LESOTHO

Lesotho

BENEFICIARIOS:	**Los Basothos (ciudadanos de Lesotho), principalmente aquellos que viven en el campo**
OBJETIVO:	**La utilización de métodos de enseñanza a larga distancia para diseminar la educación práctica en Lesotho y colaborar con otras organizaciones dedicadas a la educación y al adiestramiento**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Materiales impresos y la radio, reforzados mediante la comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Gobierno de Lesotho; el Programa de Capacitación para Lograr la Autosuficiencia (Banco Mundial); el International Extension College; el Servicio Universitario Mundial; Educación Mundial; Ayuda Cristiana; el Gobierno de Irlanda; el Gobierno de Dinamarca; UNICEF; la Organización de Cooperación Internacional de Holanda; el Fondo Internacional para el Intercambio Universitario y la Agencia de Servicios Personales en el Extranjero**
DURACION:	**Se estableció en 1974 y sigue en curso**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Director, Lesotho Distance Teaching Centre, P.O. Box MS 781, Maseru, Lesotho; James Hoxeng, DS/EHR, Agency for International Development, Washington, D.C. 20523, U.S.A.**

DESCRIPCION:

El Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho (LDTC) fue diseñado y establecido en 1974 por el International Extension College, a solicitud del Ministerio de Educación de Lesotho. El *Centro* funciona primordialmente como una escuela por correspondencia, que suministra cursos por radio y materiales impresos para estudiantes que no pueden o que no quieren asistir a clases convencionales; no obstante, también funciona como agencia de servicios sociales. Los objetivos principales del Centro consisten en utilizar el talento y los recursos autóctonos, mantener la flexibilidad institucional, ayudar en la solución de problemas locales, y participar en todos los aspectos posibles de la vida comunitaria.

El *Centro* consta de varios departamentos, a saber: Administración y Finanzas, Investigación/Redacción-Revisión, Diseño, Producción y Radio. Por lo general, todos estos departamentos participan en cada uno de los proyectos, de manera que todos los miembros del personal poseen conocimientos sobre la gama compleja de actividades del *Centro*. Estas actividades corresponden a cuatro tipos básicos diferentes pero que están relacionados entre sí. El primer grupo de actividades corresponde al diseño y producción de materiales adaptados a la enseñanza encargados por las diversas organizaciones públicas y privadas (por ejemplo, la Oficina de Estadísticas, la Asociación de Planificación Familiar de Lesotho y el Servicio de Auxilio Católico). Este tipo de actividad generalmente requiere que la organización interesada colabore en la identificación de las necesidades, mientras que el *Centro* (actuando en calidad supervisora) proporciona asesoramiento y calcula los costos antes de emprender las labores de capacitación o de diseño y prueba de los materiales. El segundo grupo consiste en las actividades encaminadas a ayudar a los estudiantes a estudiar por su cuenta para que puedan obtener certificados correspondientes al nivel del ciclo básico o "junior" (después de tres años de educación secundaria) y al nivel "O" (luego de cinco años de educación secundaria). El *Centro* ofrece cursos en matemáticas modernas, contabilidad y comercio, inglés y agricultura. Los cursos requieren la utilización de materiales impresos, trasmisiones radiales, sesiones de instrucción intensiva durante los fines de semana, suministrados en forma separada o conjunta. El tercer tipo de actividad —todavía en su etapa preliminar— consiste en abordar las necesidades educacionales de los jóvenes que han abandonado los estudios (varones en su mayoría). Los primeros esfuerzos realizados en este sentido incluyen el desarrollo de juegos dirigidos a mejorar los conocimientos en materia de lectura y aritmética; la realización de encuestas e investigaciones básicas para identificar las necesidades y los problemas de este grupo; así como la preparación de una propuesta (la cual UNICEF ofreció respaldar en parte) para el diseño de materiales de enseñanza dirigidos a éste y otros grupos semejantes. El cuarto tipo de actividad es a la producción de folletos sobre temas de índole práctico,

tales como la preparación de alimentos y primeros auxilios, para su distribución entre las personas adultas de las zonas rurales. El *Centro* cobra por todos sus servicios, generalmente en forma simbólica (US$0,05 en el caso del libro de cocina); no es el lucro lo que se trata de obtener sino la autosuficiencia.

El *Centro* se esfuerza en hacer que las escuelas públicas utilicen su material. Aconseja a los maestros de enseñanza primaria poco capacitados a que se inscriban en los cursos para obtener el certificado al nivel básico y les ofrece precios más favorables. Se les han distribuido, asimismo, a los maestros de enseñanza primaria, a título experimental, tres de los juegos educacionales de reciente creación. Al nivel secundario, los maestros que también actúan como tutores del *Centro* afirman, de manera unánime, que el entrenamiento y el material instructivo que reciben en el *Centro* mejora su desempeño en clase. Además, algunas escuelas secundarias han incluido en sus bibliotecas el material de enseñanza del *Centro* para el certificado "junior", y otras han incorporado los programas de radio del *Centro* en la programación de sus cursos regulares.

A partir de 1976, el *Centro* ha pasado paulatinamente a trabajar bajo el patrocinio del gobierno. El *Centro* —que oficialmente es actualmente un proyecto del Ministerio de Educación— cuenta con un porcentaje cada vez mayor de personal Basotho de alto nivel administrativo y ha adquirido una nueva sede en los terrenos universitarios del Instituto Politécnico Lerotholi.

RESULTADOS:

El *Centro* le asigna más tiempo y otros recursos a la identificación de las necesidades del público beneficiario, que a la evaluación de los resultados finales de sus productos. Cuando se efectua una evaluación suele hacerse proyecto por proyecto, y los informes de mucho interés y cuidadosamente elaborados (a disponibilidad del público por el precio de los sellos postales) sirven de guía a otros diseñadores de programas de educación y desarrollo. Una revista de estos informes ofrece una idea de los métodos de investigación, las prioridades y la amplitud de los intereses del *Centro*; pero no suministra una medida exacta del impacto producido por el *Centro*.

Se ha evaluado un pequeño número de proyectos del *Centro*, en términos cuantitativos. Por ejemplo, un cuestionario que completaron las enfermeras de las clínicas patrocinadas por el Servicio de Auxilio Católico, reveló que para abril de 1976 se había vendido 20.000 ejemplares del libro de cocina preparado por el *Centro* a solicitud del Servicio Católico; que las enfermeras eran de la opinión de que dichos libros debían distribuirse a todas las mujeres (no sólo a las pacientes de las clínicas); que debían incluirse más recetas; que una mayor proporción de ellas debían incluir ingredientes de producción casera y que debían ser recetas más fáciles de preparar. (Una encuesta paralela de las personas que habían comprado el libro confirmó estos resultados, los que sirvieron de base para una segunda edición revisada de 10,000 ejemplares).

El personal del *Centro* que constaba de seis empleados en 1974, aumentó a cuarenta para 1977. En los mismos años, el número de proyectos a su cargo durante un año, aumentó de uno en 1974 a cuatro en 1977. De igual manera, su situación económica se ha vuelto más sólida: en el primer año de actividades, el balance de sus saldos acreedor y deudor ascendía aproximadamente a US$30,000; y al finalizar el tercer año, su presupuesto operacional había aumentado en un factor de cinco y contaba con un pequeño excedente con el cual iniciaron el nuevo año. En la inscripción estudiantil en cursos de todos los tipos se observó un incremento de 50 en 1974 a 840 en 1977, y el número de agencias a las cuales el *Centro* suministraba servicios por contrato aumentó de dos a diez. Cerca de 20.000 folletos fueron distribuidos entre personas y grupos durante el año 1977.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El REKA "De Compras", (basado en un juego denominado "Mercado", creado por la Universidad de Massachusetts), es uno de los juegos desarrollados por el *Centro* para fomentar los conocimientos de aritmética. Consiste de dos paquetes de tarjetas, uno representa dinero y el otro mercadería de uso común. El mismo se puede jugar a dos diferentes niveles de dificultad; uno de ellos generalmente ocasiona discusiones a gritos, aunque no en serio, entre el jugador que representa el papel de "vendedor" y los "consumidores".
- El *Centro* lleva a cabo investigaciones relacionadas con sus actividades. Sus publicaciones típicas incluyen, "Ensayo sobre la mejor manera de presentar una lección por correspondencia", "El Alfabetismo en Lesotho" y "Un Experimento con la Radiodifusión Educacional". Una de las principales publicaciones es "Compresión del Material Impreso", que constituye la continuación del trabajo iniciado por Holmes, Fuglesang y otros sobre la manera en que la población rural percibe las ilustraciones y los textos impresos.
- Uno de los problemas que el *Centro* confronta continuamente es de índole económica durante el tiempo que transcurre hasta el recibo de los fondos correspondientes a proyectos que han sido aprobados.
- El *Centro* ha diseñado e impreso manuales, una hoja informativa y un afiche a solicitud de especialistas del Proyecto de Desarrollo Rural de Thaba Bosiu a cargo de la comercialización de semillas mejoradas y fertilizantes en las zonas rurales de Lesotho. Desarrolló, asimismo, para el proyecto, ocho mensajes radiales de un minuto de duración y elaboró un breve informe de evaluación sobre el rendimiento total.

REFERENCIAS:

Informes sin título, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, 1976 y 1977.

Understanding Print, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, julio de 1976.

Growth Centers in Lesotho, Elize Moody, Communication of the Africa Institute, No. 29, Pretoria, 1975.

Catholic Relief Services Booklet Evaluation, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, enero de 1977.

Games to Learn By, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, sin fecha.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

UNIDAD DE CURSOS POR CORRESPONDENCIA

Kenia

BENEFICIARIOS:	**Maestros kenianos de educación primaria, empleados gubernamentales, personal de organismos privados y otros adultos**
OBJETIVO:	**Suministrar capacitación en servicio a los maestros que no están suficiente o debidamente calificados así como a otras personas adultas que necesiten preparación adicional**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Materiales impresos, la radio y la comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Gobierno de Kenia, la Universidad de Nairobi y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (hasta abril de 1971)**
DURACION:	**Fue iniciada en 1967 y sigue en curso**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Peter Kinyanjui, Correspondence Course Unit, Institute of Adult Studies, University of Nairobi, P.O. Box 30688, Nairobi, Kenia; Simeon Ominde, Educational Department, University of Nairobi**

DESCRIPCION:

La *Unidad de Cursos por Correspondencia (CCU)* fue propuesta en 1964 e implantada en 1967, cuando ya era evidente que el programa de capacitación de maestros de Kenia en el período posterior a la independencia no lograba satisfacer la creciente demanda existente en el país de maestros calificados. Luego de que la Comisión de Educación de Kenia llevó a cabo una evaluación de las necesidades, se decidió que la *CCU* le otorgaría la más alta prioridad a los cursos diseñados para elevar el nivel de competencia de los maestros de educación primaria —de los cuales más de una cuarta parte (10,500 de un total de 38,000) carecían cuando menos de algunas aptitudes profesionales y de las credenciales necesarias para capacitarlos a fin de que pudieran obtener promociones. A estos cursos, que en Kenia se denominaron Cursos Preparatorios para el Examen de la Escuela Secundaria Elemental (KJSE), se sumó en 1969 otra serie de cursos para maestros que no tenían entrenamiento alguno; los cursos para maestros no titulados (UQT) que comprenden una fase preliminar de capacitación en métodos pedagógicos y una fase secundaria dedicada a mejorar sus conocimientos del idioma inglés, matemáticas y de historia o de geografía. Los maestros que toman parte en el programa KJSE estudian en privado a tiempo parcial hasta aprobar exámenes en cinco materias. Las personas que reciben los cursos para maestros no titulados asisten a tres sesiones cortas que durante el primer año se llevan a cabo en los feriados escolares y estudian por su cuenta a tiempo parcial durante el segundo período. Los maestros que no han recibido entrenamiento alguno solamente necesitan aprobar exámenes en tres materias.

Cada curso por correspondencia consta de cuatro componentes. El primero consiste de diversos materiales impresos — guías de estudio, textos, mapas, etc. complementados con instrumentos y equipos para efectuar experimentos científicos sencillos. La radio, al reitirar y suplementar el contenido de las gráficas, constituye el segundo componente; mientras que la correspondencia que se mantiene con los profesores universitarios y de enseñanza secundaria, quienes califican el trabajo escrito, constituye el tercero. El último componente es la enseñanza directa, la mayor parte de la cual se imparte en el Instituto de Educación de Adultos de la Universidad de Nairobi, durante las vacaciones escolares.

La relación entre el uso de la radio y el material impreso la determina el mismo estudiante de los cursos por correspondencia. Las primeras cinco horas de educación trasmitidas por radio cada semana están dirigidas a los estudiantes más lentos que necesitan una segunda oportunidad para poder captar el sentido del material. El instructor que enseña por la radio ayuda a estos estudiantes al resumir y destacar los puntos importantes del material, con frecuencia anticipando las preguntas de los estudiantes y proporcionándoles ejemplos y explicaciones adicionales. Los estudiantes que se sienten satisfechos con su dominio del material educativo, (algo que pueden determinar mediante los ejercicios de auto-examen que han sido incluidos en las guías de estudios), pueden prescindir de las trasmisiones radiales. La radio, sin embargo, ofrece un servicio indispensable tanto para los estudiantes lentos como

para los que captan rapidamente: suministra la pronunciación correcta a los estudiantes del idioma, fomenta la afinidad entre profesores y estudiantes en un medio de enseñanza que de otro modo carecería relativamente del elemento humano, y, además, proporciona un descanso por medio de la música. Las radiotrasmisiones de la *Unidad de Cursos por Correspondencia* a través de la Voz de Kenia han logrado, en efecto, atraer a un gran público secundario (personas que no están inscritas en los cursos), el cual se calcula entre 300.000 y 800.000 adultos, lo que ha hecho que los cursos tomen las medidas tendientes a satisfacer estas necesidades.

Los programas de capacitación en servicio para maestros de enseñanza primaria continuarán en aumento, ya que desde 1974 la educación primaria en Kenia es gratuita. Aunque el número de maestros de enseñanza primaria sin título había bajado a 12.000 a fines de 1973, se requería para 1976, el empleo de aproximadamente 25.000 maestros de esta categoría (además de todos los maestros calificados con quienes se podía contar). A pesar de que el Plan de Desarrollo de Kenia de 1974-78 recomienda la adopción de un curso intensivo (conocido como el "programa de capacitación de maestros 1 + 2") para satisfacer estas nuevas necesidades, también especifica que "los cursos por correspondencia y los programas de radio deberán seguir siendo los instrumentos de la enseñanza fuera de la escuela."

RESULTADOS:

Una evaluación del programa de la *CCU* en los primeros cinco años, efectuada por una persona externa al programa en base a los datos extraídos de un cuestionario, demostró que aproximadamente el 60 por ciento de los problemas que experimentaban los estudiantes en relación con sus estudios eran de índole ambiental. Estos obstáculos incluían la falta de tiempo o de un lugar adecuado para estudiar, problemas personales y problemas de familia. En contraste, solamente un 10 por ciento experimentaba dificultades pedagógicas. La misma persona que efectuó la evaluación fijó el coeficiente de deserción escolar entre un 15 y un 25 por ciento, en comparación con un 70 por ciento correspondiente a los estudiantes de cursos por correspondencia originados en el extranjero y disponibles en Kenia.

A partir de 1968, los resultados obtenidos por todos los estudiantes que toman los exámenes para el KJSE han sido objeto de una comparación. Esta ha demostrado que los participantes en los cursos de la *CCU* generalmente obtienen mejores calificaciones que otros estudiantes examinados. Por ejemplo, en 1970, cuando el promedio de personas que aprobaban el exámen era de un 15 por ciento, el 51 por ciento de los estudiantes del *CCU* que se sometieron al exámen lo aprobaron.

De igual modo a principios de 1970 se llevó a cabo una evaluación del programa de capacitación de maestros no titulados, con el propósito de establecer si los egresados del programa podían competir académica y profesionalmente con los egresados de establecimientos docentes. Al efectuar una encuesta de los graduados del UQT, los investigadores determinaron que el 99 por ciento de ellos sentían que su desempeño en el aula había mejorado gracias al entrenamiento recibido de la *CCU*. Ello fue corroborado al hacer una encuesta entre los supervisores de los maestros graduados del UQT, quienes informaron que el 95 por ciento de los profesores habían progresado en gran medida profesionalmente. A su vez, los estudiantes de los profesores recién entrenados también obtuvieron mejor rendimiento que sus compañeros en los exámenes a nivel nacional.

A pesar de estos resultados positivos, el programa no puede calificarse como todo un éxito hasta tanto no se estudie más a fondo la competencia de los egresados observada en el aula. Sigue, además, en tela de juicio el que los cursos por correspondencia constituyen el mejor método de enseñanza para los maestros.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La *CCU* cuenta con sus propias instalaciones para imprimir, duplicar, encuadernar y enviar por correo los materiales del curso. Sus instalaciones incluyen también un estudio para grabaciones y un pequeño laboratorio científico.
- El resultado de una encuesta realizada en 1968 indicó que un 90 por ciento de las personas inscritas en la *CCU* eran maestros. El 10 por ciento restante eran, entre otros, oficinistas, amas de casa, agricultores y miembros de la policía y de las fuerzas armadas.
- La inscripción en la *CCU* permanece abierta todo el año y a los estudiantes se les permite trabajar más o menos a su propio ritmo o conveniencia.
- El tipo de estudiante de la *CCU*, por lo general, tiene entre 21 a 40 años de edad, es casado, es responsable por más de cuatro hijos u otros dependientes; problemente no cuenta con una radio o muchos libros, ni compra el periódico regularmente, y puede que tampoco tenga electricidad en su casa.
- En vista del éxito obtenido por la *CCU*, varias organizaciones de Kenia han decidido auspiciar conjuntamente un experimento que hará uso de varios medios de difusión tales como la radio, el cine y la prensa, además de grupos de discusión organizados en las zonas rurales. De llegar a ser un éxito, este programa piloto se convertirá en un programa nacional a largo plazo.
- La *CCU* también ofrece cursos para estudiantes ciegos. Ellos pueden recibir los programas grabados en cintas y el material impreso en Braille.
- Nunca se ha dado el caso de que alguno de los graduados de la *CCU* haya cambiado de profesión después de haber terminado el curso.
- El uso de la radio en este programa representa, por un lado, la continuación de la tradición oral en Africa y, por el otro, una ventaja sobre el contenido obsoleto y ajeno de los cursos que ofrecen las escuelas por correspondencia norteamericanas y británicas en Africa Oriental.

REFERENCIAS:

"In-Service Training of Teachers Through Radio and Correspondence in Kenya",Peter E. Kinyanjui, *Radio for Education and Development*, Volume I, World Bank Staff Working Paper No. 226, Spain, Jamison and McAnany, editors, May 1977.

Correspondence Education in Africa, Kabuasa and Kaunda, eds., Routledge Kegan Paul, Ltd., 1973.

Clearinghouse on Development Communications
Enero de 1978

(Aunque el procedimiento normal del Clearinghouse consiste en pedir a las personas íntimamente relacionadas con los proyectos descritos en esta serie que revisen el borrador de los *Perfiles*, en este caso resultaron infructosos los esfuerzos realizados para obtener tales comentarios antes de la fecha límite para su publicación.)

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

ACCION CULTURAL POPULAR HONDUREÑA

Honduras

BENEFICIARIOS:	**Campesinos analfabetos y semialfabetos de Honduras**
OBJETIVO:	**Inicialmente, enseñar a los campesinos a leer y escribir y proporcionarles información relacionada con el cuidado de la salud y el desarrollo de la comunidad; mas adelante implantar un programa de educación agrícola y ayudar a los campesinos a organizarse política y socialmente**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio y materiales impresos**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Movimiento Social Cristiano**
DURACION:	**Comenzó en 1960 y aún continúa**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Prof. Vilma de Pacheco, Acción Cultural Popular Hondureña, Apartado C-24, Tegucigalpa, Honduras; Dr. Robert A. White, Centre for the Study of Communication and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW 6 3EP, England**

DESCRIPCION:

La *Acción Cultural Popular Hondureña (ACPH)* constituye no sólo el instrumento educativo del movimiento de autodesarrollo campesino de Honduras llamado Movimiento de Promoción Popular (MPP) sino que también está vinculada a las escuelas por radio de la ACPO de Colombia. La *ACPH* tuvo sus comienzos en 1960 cuando el sacerdote hondureño, P. José Molina, regresó de un breve entrenamiento en la ACPO y ayudó a organizar una escuela por radio a título experimental en las cercanías de Tegucigalpa. A pesar de que actualmente la escuela está bajo la supervisión de una junta directiva laica, ésta ha dependido en gran medida del sistema parroquial que la originó y del poder de motivación que ejerce el púlpito en su esfuerzo por diseminar el alfabetismo y la información.

Durante los primeros años la *ACPH* era esencialmente un transplante de la ACPO y los libros de texto del sistema *ACPH* eran una adaptación de los modelos colombianos. Al igual que su prototipo, la *ACPH* hizo un llamado de ayuda a los sacerdotes de las zonas rurales para poder iniciar la alfabetización de adultos. Estos sacerdotes de la localidad seleccionaron de entre las familias campesinas de cada comunidad a un maestro auxiliar voluntario o "monitor". Los monitores fueron, a su vez, entrenados para reclutar a los estudiantes, organizar las clases, ayudar a los profesores titulares a supervisar el trabajo de los estudiantes y a enviar informes mensuales sobre la asistencia y el progreso de los alumnos. Dichos monitores también se hicieron cargo de los textos, radios, y otros materiales didácticos.

En 1964, cuando el número de alumnos matriculados ascendía a casi 15.000 y las escuelas habían estado abiertas por un período lo suficientemente largo como para poder hacer una evaluación que reflejara un éxito significativo, la *ACPH* cambió el énfasis de sus programas, que consistía de campañas para promover el alfabetismo y el desarrollo comunitario a corto plazo, hacia la formación de organizaciones locales de los campesinos más pobres para ayudar a estos "desheredados" a adquirir mayor fuerza o influencia política y económica. La enseñanza de la lectura y la escritura continuaba formando parte del programa de estudios; sin embargo, a estos cursos académicos se sumaron programas orientados al desarrollo de actitudes y capacidades que les permita al campesinado organizarse y actuar de manera responsable con miras a mejorar su propio bienestar social y económico. Las palabras claves de estas actividades de concientización fueron "participación" y "liderazgo democrático".

A fines de la década de los años 60 y a principios de la década de 1970, la *ACPH* dió un paso más hacia el igualamiento de la educación de adultos y la "politización", (o concientización política de los campesinos). Las escuelas por radio adoptaron la táctica psicosociológica de Paulo Freire en cuanto a la autorealización personal y comunitaria. A la concientización, la enseñanza de conocimientos prácticos fundamentales y la identificación de líderes indígenas, se añadió un cuarto mandato: la formación de organizaciones campesinas a nivel regional y nacional que pudiesen tratar con los organismos o las dependencias gubernamentales. Parte del impulso en pro de las actividades de organización provino de parte de miembros del Movimiento Social Cristiano — estudiantes universitarios y profesionales

jóvenes que poseían conocimientos de agronomía, educación o ciencias económicas — quienes habían entrado a formar parte del MPP en 1970.

En 1972 tuvo lugar un nuevo cambio en el enfoque de las actividades de la *ACPH*, que consistió en la inclusión de un programa de educación primaria con una duración de cuatro años y que permitía la obtención de un diploma respaldado por el Ministerio de Educación de Honduras. En 1977, la *ACPH* introdujo un programa de educación agrícola que contaba con los servicios de agrónomos paraprofesionales y utilizaba medios de comunicación que permitían poner la tecnología agrícola a disposición del pequeño agricultor de las comunidades remotas.

RESULTADOS:

Los resultados de las actividades de la *ACPH* han sido evaluados no sólo por su propio personal sino también por evaluadores profesionales externos. Mediante un estudio elaborado por observadores ajenos al programa a mediados de los años 60, se logró concluir que el número de alumnos inscritos era muy alentador pero que, no obstante, un número de factores (entre ellos el hecho de que no existía ningún obstáculo que impidiera el que alumnos que sabían leer y escribir tomaran el curso y se sometieran a exámenes, que no se llevaba ningún control del número de estudiantes que repetían el año.; y, que se rumoraba que al tomar los exámenes había "cooperación" entre los alumnos y las personas que los administraban) dificultaron tanto la evaluación de los aspectos cualitativos como cuantitativos del programa de alfabetización. En el estudio también se identificaron aspectos tales como la distribución de la población dispersa, la falta de tiempo libre para poder estudiar, los escollos o problemas administrativos y las condiciones climáticas adversas, que también constituyeron obstáculos para determinar el impacto del programa.

Una evaluación más profunda efectuada por un estadounidense en 1971, sobre la base del análisis de una muestra estratificada de 794 estudiantes de la escuela por radio, confirmó que seguían existiendo los impedimentos socio-económicos que habían sido identificados en el estudio anterior y cuestionaba el valor que en realidad tiene la alfabetización para los campesinos que cuentan con poco material para leer y poco tiempo para leerlo. Mediante dicho estudio se determinó que cerca de 108.000 estudiantes se inscribieron en la *ACPH* entre 1961 y 1970; que de esa cifra casi 18.000 se sometieron a exámenes y los aprobaron por lo menos una vez; y, que solamente dos terceras partes de los que tomaron el exámen realmente adquirieron conocimientos funcionales mínimos (definidos como la habilidad de reconocer una serie de palabras, identificar las palabras que correspondan a determinadas figuras, escribir su nombre, y escribir las respuestas a una o dos preguntas acerca de algún pasaje.

La imágen que proyecta el segundo estudio de las actividades de concientización y organización que llevan a cabo la *ACPH* y el MPP es mucho más clara que la del programa de alfabetización. La *ACPH* ha implantado un sistema de comunicaciones para el desarrollo que ha hecho posible la construcción de cientos de escuelas rurales y de muchos sistemas de suministro de agua en estas zonas. Ha servido, asimismo, de base para la organización de grupos femeninos, cooperativas de consumo, 300 grupos de producción agrícola, y muchos grupos de presión formados por campesinos locales dedicados a la recuperación de las tierras.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los programas de alfabetización son transmitidos seis días a la semana para cada año escolar que dura de siete a ocho meses. Las clases más avanzadas son transmitidas a media tarde y las lecciones para principiantes al atardecer. Los grupos se reunen en casas, salones de clase o en los corredores de las parroquias.
- En 1970, se calculó que un 30 por ciento de los campesinos que seguían los cursos de alfabetización no tenían nada que leer en sus casas. A diferencia de la ACPO, la *ACPH* no ha publicado libretos ni periódicos de bajo costo que los campesinos puedan leer en sus hogares.
- La *ACPH* es uno de los pocos sistemas de enseñanza por radio de Latinoamérica que ha adaptado el método psicosociológico (originalmente diseñado para la enseñanza directa) a la enseñanza por radio.
- La *ACPH* utiliza, en combinación, los servicios de campesinos para profesionales, la radio, promotores agrícolas voluntarios y un sistema de parcelas modelos para hacer demostraciones de tecnología agrícola, a un costo reducido, para los pequeños agricultores de las comunidades que se encuentran en las montañas más lejanas.
- Los programas de la *ACPH*, tanto de educación básica como agrícola forman parte de un sistema integral de organismos privados dedicados al desarrollo rural, que incluye cooperativas de consumo y comercialización, una federación nacional de mujeres campesinas, una institución de crédito agrícola y grupos campesinos de presión.
- La *ACPH* está desarrollando un programa de educación primaria por radio al cual está integrada la educación agrícola y consiste de unidades breves de un mes a seis semanas de duración que ofrecen flexibilidad.

REFERENCIAS

"Mass Communication and the Popular Promotion Strategy of Rural Development in Honduras," Robert A. White, *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. II, World Bank, mayo de 1977.

"An Evaluation of the Rural Development Potential of the Radio School Movement in Honduras," Robert A. White, Centro Loyola and Department of Anthropology and Sociology, St. Louis University, octubre de 1972.

"The Radio Schools of Honduras," Jack Lyle with Joel Martins and Jacques Torfs, *New Educational Media in Action: Case Studies for Planners*, UNESCO, 1967.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

TELE-NIGER

Niger

BENEFICIARIOS:	Niños nigerinos entre los siete y los doce años de edad (aproximadamente 700 niños durante la fase piloto y 9,000 en 1975)
OBJETIVO:	Suministrar a los niños de las zonas rurales una educación que los prepare para la vida rural y que, en términos generales, fomente el desarrollo rural y evite la migración urbana
MEDIOS DE DIFUSION:	Televisión, material impreso y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El gobierno francés (hasta 1971) y el gobierno nigerino
DURACION:	Fue formulado en 1963, implantado en 1964; y sigue en curso
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	L. Theresa Silverman, Brookdale International Institute P.O. Box 801, Stony Brook, NY 11790 U.S.A.; Max Egly, L'Agence de Coopération Culturelle et Technique, 19 Avenue de Messine, 75008 Paris, France

DESCRIPCION:

Con el mandato en materia de educación que emitiera la Reunión de Ministros Africanos de la UNESCO todavía fresco en la memoria de los que toman las decisiones y con únicamente un 5% de los niños en edad escolar asistiendo a clases durante ese año, Niger inició una evaluación de su sector educacional, cuyo resultado lo movió a solicitar la ayuda de Francia para la reforma y expansión de los servicios educacionales existentes. En 1963, se encaminaron las consultas entre representantes de las dos naciones, y ya para 1966 *Télé-Niger* era una realidad para los 22 monitores y cerca de 700 niños que participaron en la fase experimental. Diseñado para poner a prueba la eficacia de la "educación activa" en un lugar caracterizado por la falta de recursos económicos, capacitación técnica, equipamiento y profesores entrenados, el proyecto refleja la intención de Niger de satisfacer las necesidades educacionales de la población rural sin convertir la educación en un pasaporte que permita la emigración a las ciudades con excedentes de población, ni en un molde para un estereotipo agrícola. Las metas del proyecto —en términos pedagógicos— son: ruralización, integración y dinamismo.

Se seleccionó la televisión como medio principal para difundir la educación, entre otras razones porque contrarresta la necesidad de contar con maestros altamente capacitados, tiene capacidad para ofrecer cobertura de manera sistemática aún a las zonas más remotas; es democrática en cuanto a que todos los niños en el aula tradicional reciben enseñanza de la misma calidad y en cuanto a que los "maestros por televisión" no pueden expresar favoritismos. Además, el gobierno francés ofrecía y disponía de la asistencia técnica que se requiere para un actividad televisada. Otro factor relacionado con la utilización de la televisión fue que en Niger, la misma constituía entonces la última novedad y esto fue explotado de manera creativa y beneficiosa; aunque aparentemente este aspecto no fue decisivo durante las etapas de planificación del programa.

La presencia de un monitor en cada aula constituye un elemento clave del programa *Télé-Niger*. Los monitores, luego de someterse a diez semanas de capacitación en servicio, cursos semianuales de actualización de siete a diez días de duración cada uno, después de reuniones periódicas con consejeros y de presenciar trasmisiones televisadas de corta duración con miras a una mejor comprensión de las lecciones y sus funciones, se encuentran preparados para contestar las preguntas de los alumnos y hacer frente a las crisis características de un aula escolar. Con todo, resulta evidente que el monitor no necesita ser un profesional altamente capacitado, ya que la utilización de personal calificado cuando el personal semi-calificado resulta más que suficiente, anularía una parte del objetivo del proyecto. Más importante aún, los monitores, como grupo, han sobrepasado en gran medida las expectativas de los que diseñaron el proyecto y los contrataron; debido, posiblemente a que la falta de ideas preconcebidas por parte de los monitores les permitió actuar con gran amplitud de criterio y empirismo de desempeñar su función de apoyo en el aula.

La producción de los programas de televisión —que inicialmente estuvo a cargo de los expertos franceses— se lleva a cabo en estudios situados en Niamey. El equipo de producción es bastante sencillo —consiste de equipo de videograbación, cámaras, salas de trabajo, depósitos, transmisores y otros equipos— aunque los méritos de la producción han impedido que, tanto los

especialistas en educación como los técnicos, caigan en la rutina. Los componentes de cada programa (actividades manuales, juegos, historietas, ejercicios escritos, etc.) varían diariamente, y el esfuerzo que entraña mantener al profesor de matemáticas informado sobre las actividades que el profesor de francés o de geografía está llevando a cabo, puede ser agotador. Este esfuerzo, sin embargo, produce frutos y, algunos aspectos de las producciones han sobrevivido la evolución y la constante experimentación, como el programa de variedades pedagógicas, la repetición diversificada, el repaso por medio de anuncios concisos sobre conceptos que ya han sido estudiados. Cada lección se percibe no sólo como un componente que se explica por sí mismo, sino también como parte de un programa de instrucción más amplio, los cuales han demostrado su valor y su durabilidad.

RESULTADOS:

Nunca se ha efectuado una evaluación rigurosa de todos los aspectos del proyecto *Télé-Niger*, debido, en parte, a que desde el principio, se le asignó menos prioridad a la investigación que a la producción y, en parte, a que tampoco se asignó un grupo de control, en los primeros días del proyecto, mediante el cual se podía efectuar una comparación. No obstante, personas ajenas al proyecto han efectuado varios estudios en pequeña escala y se ha llevado a cabo de manera rutinaria la investigación formativa intramuros desde el inicio del proyecto. Los componentes claves de esta investigación interna han sido descripciones antropológicas de la cultura local elaboradas por el personal extranjero, estudios de la manera en que los niños nigerinos reaccionan ante la imagen gráfica, entrevistas con los niños de las aldeas, observaciones anotadas sobre la dinámica del aula, e información recogida del trabajo escrito de los participantes en el proyecto *Télé-Niger*.

Lo que se ha podido establecer, para satisfacción del personal de *Télé-Niger*, es el hecho de que las clases por televisión no experimentan los problemas característicos de una clase nigerina tradicional; como son la poca asistencia, altas tasas de deserción escolar y la alta incidencia de repetición de cursos. La tasa de deserción escolar al nivel primario, correspondiente a la década del 60, por ejemplo, llegó a ser de un 40% mientras que 674 de los 716 estudiantes inscritos en las clases de *Télé-Niger* en 1966, terminaron el ciclo de cuatro años en 1970 (lo que arroja una tasa de deserción de menos del 6%). De igual modo, a los niños les gustaba asistir a las clases; un experimento, que duró una semana y en el que las clases no tuvieron monitores, reveló que la asistencia y la atención estudiantiles permanecieron altas aún en una clase sin supervisión. Un estudio posterior efectuado por la UNESCO, corroboró los siguientes resultados: se determinó que el contenido, si no el lenguaje, de las trasmisiones era verdaderamente local; que la programación fomentaba tanto la adquisición de experiencias como la de conocimientos; que la televisión, como medio de difusión, fue explotada de manera positiva y creativa; y, que el proyecto utilizó muy acertadamente los servicios de personas semicapacitadas en los salones de clase. Y finalmente, el proyecto se extendió hasta llegar a incluir cerca de 9.000 estudiantes (algunos procedentes de las zonas urbanas) y ha quedado completamente a cargo de funcionarios nigerinos.

Los problemas identificados en diversos estudios se relacionan con el uso del idioma francés en las trasmisiones y con la calidad de la enseñanza impartida a los estudiantes en las clases televisadas. Particularmente, el desempeño de los estudiantes por televisión no fue tan bueno como el de los estudiantes de las aulas convencionales en cuanto a los exámenes uniformes de matemáticas y gramática. Con el propósito de mitigar este problema, se añadió un quinto año al programa de estudio televisado en 1970.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Con excepción de la simple toma de fotografías, se evitó el uso de cualquier otra técnica hasta que los niños se acostumbraron al medio. Las tomas de primer plano, tomas de ángulo visual, recorte, y otras técnicas modernas fueron introducidas de manera gradual, de manera que los estudiantes no se vieran obligados a tener que abordar de pronto un lenguaje visual desconocido.
- El interés en el mensaje "concreto" que trasmite la televisión ha demostrado ser importante en Niger, donde lo "verdadero" se define como el conocimiento basado en lo que se puede ver y donde el idioma de la enseñanza (el francés) no es el idioma que se habla en el ambiente en que viven los estudiantes.
- La dedicación de los profesores por televisión a los nuevos métodos parecía dudoso en los primeros años del proyecto *Télé-Niger*, no solamente porque les perjudicaba su capacitación en técnicas de enseñanza establecidas, sino también porque solían pensar que eventualmente volverían al aula convencional.
- La edad mínima para participar en el programa *Télé-Niger* se estableció en base al concepto de maduración tradicional nigerino: Lakkal - una combinación de inteligencia, don de gente, comportamiento social aceptable, capacidad de memorizar y la capacidad de adaptación.
- La principal diferencia entre el enfoque de *Télé-Niger* hacia la educación y el nigerino convencional estriba en la capacidad de expresión verbal del niño. Tradicionalmente, se espera que un niño permanezca en silencio en la presencia de adultos; por el contrario, el enfoque de Télé-Niger pone énfasis en el derecho que tiene el niño de preguntar y responder oralmente a compañeros y adultos.
- El enfoque usado en el proyecto Télé-Niger ha sido esquematizado como un "doble embudo": a los niños se les estimula para que adquieran materias primas y los datos de la vida real, a analizar y ordenar esos conocimientos y materiales en clase y a reintegrar lo aprendido a la vida cotidiana.

REFERENCIAS:

"*Télé-Niger:* Adapting an Electronic Medium to a Rural African Context," Theresa Silverman, Boletín Informativo No. 8, Clearinghouse on Development Communication, octubre de 1976.

"La Télévison Scolaire du Niger: 1964-1971" (11 volúmenes que incluyen el *Informe General*), Association Universitaire pour le Développemente de l'Enseignemente et du Culture en Afrique et à Madagascar, France, diciembre de 1974.

"*Télé-Niger:* des Dimensions Modestes..." "*Télé-Niger* Douze Ans Après," *Direct*, 1975

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

PROYECTO RADIO PRIMARIA RURAL

Paraguay

BENEFICIARIOS:	**Niños y adultos de áreas rurales que no asisten a la escuela (aproximadamente 700 estudiantes en 1978)**
OBJETIVO:	**Proporcionar enseñanza primaria a la población rural por medio de la radio; experimentar con diversas metodologías y técnicas para educación por radio a regiones rurales; asistir al Ministerio de Educación y Culto del Paraguay para institucionalizar los mecanismos para que los programas radiales dirigidos a la población rural sean factibles y eficaces**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, impresos y comunicaciones interpersonales**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Centro de Tele-Educación del Ministerio de Educación y Culto, Asunción, Paraguay y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (AID)**
DURACION:	**Iniciado en 1976, continúa aún**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Lic. Mabel Palacios Moringo, Directora, Centro de Tele-Educación, Ministro de Educación y Culto, Asunción, Paraguay; Lewis Thornton, Academy for Educational Development, 1414 22nd St., NW, Washington, D.C. 20037, USA**

DESCRIPCION:

El Ministerio de Educación y Culto de Paraguay comenzó a interesarse en la producción de radiodifusión educativa cuatro años antes de que el *Proyecto Radio Primaria Rural* (*PRPR*) comenzara a forjarse. Desde 1972, ha auspiciado la producción anual de 50 a 60 horas de programación radial para escuelas primarias y secundarias. Al auspiciar el *PRPR* se ha ampliado, más bien que creado, la administración y la capacidad técnica para producir aproximadamente 300 horas de programación por año escolar. Con un aumento de entre cinco y seis veces la producción, el Ministerio espera ofrecer a la población rural de Paraguay —gran parte de la cual no tienen acceso a las escuelas primarias con seis años completos de enseñanza primaria— la oportunidad de completar sus estudios primarios. Consecuentemente se escogió el Departamento de Caaguazú como base para el proyecto debido a sus necesidades educativas y problemas típicos de las áreas rurales de Paraguay, con énfasis programática en los cursos superiores de la escuela primaria.

Durante 1977, el Departamento de Tele-Educación se dedicó a diseñar el programa de estudio radial y los materiales de instrucción, preparando y probando las lecciones radiales, y llevando a cabo investigaciones en la región. Durante este período, representantes del departamento prepararon 540 programas de instrucción para los niveles de tercer y cuarto año junto con el material impreso conexo y trazó los planes para la producción de estos programas radiales. La investigación consistió principalmente en la determinación de la población de edad estudiantil en Caaguazú y sus hábitos como radioyentes, la selección de cuatro pueblos en Caaguazú como áreas de prueba y la organización de centros para el proyecto.

El segundo año del proyecto, es decir en 1978, fue dedicado a mejorar y edificar sobre la base establecida durante el primer año. Se inició la producción de los primeros 540 programas, mientras que se preparaban las pautas para otros 540 (las lecciones para el quinto y sexto grado). Se inició la radiodifusión por medio de estaciones comerciales, y se continuó con las actividades de investigación y prueba en el campo.

Al borde de su ejecución a escala completa, el proyecto a mediados de 1978 está prestando servicios a 700 estudiantes e incluye 75 centros de aprendizaje (en los cuales cualquier persona que haya tenido dos años de educación convencional puede tomar los exámenes de ingreso del programa *PRPR* y los estudiantes del programa se reunen en grupos para recibir la ayuda de monitores voluntarios). Las lecciones comprenden el idioma materno (incluyendo el español como segundo idioma), matemáticas, estudios sociales, ciencias, salud y nutrición, y comunicaciones. Estas lecciones se difunden

en programas de 15 a 20 minutos de duración durante los dias hábiles.

RESULTADOS:

El programa de evaluación del *Proyecto Radio Primaria Rural* no ha tenido suficiente duración aun para permitir una evaluación del aprovechamineto de la enseñanza. Sin embargo, se han realizado actividades de evaluación en el proyecto desde sus comienzos, y los resultados preliminares han influído en la evolución del proyecto. Un alto interés entre los miembros de la comunidad (especialmente con respecto a matrícula y asistencia) y entre los propietarios de estaciones de radio (quienes voluntariamente han hecho una redifusión de los programas y dedicarán algunas horas durante las horas con mayor público a algunos de los programas del *PRPR)* son indicadores especialmente positivos del impacto que ha tenido el proyecto. Estos indicadores han mostrado que algunos de los obstáculos potenciales revelados en las investigaciones sobre la línea base y sobre los resultados del primer año—la prevalencia entre los radioyentes de problemas sociales serios tales como el alcoholismo, por ejemplo, y la dificultad de algunos estudiantes del *PRPR* con programas en el idioma español—son ahora mas llevaderos y es mas fácil colocarlos en su perspectiva real. La evaluación de los formatos también ha demostrado que los radioyentes tienen un gran interés en la música y en los deportes, cosa que no presenta mayor problema sino que sirve de guía para los programadores.

Se comenzará la primera evaluación global del aprovechamiento de los programas por parte de los alumnos en marzo de 1979, al finalizar el primer ciclo completo de clases. Eventualmente, se realizaran análisis de costo-beneficio, se evaluará la efectividad de los diversos componentes de los programas (radio, asistencia del monitor, etc.), y se estudiarán también los resultados logrados en todas las comunidades involucradas en el proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El uso gratis de la radio comercial es fundamental para el concepto y para el éxito del *Proyecto Radio Primaria Rural.*
- Para satisfacer las necesidades mixtas de los alumnos, los programas educativos se presentan en guaraní y en español, mientras que todo el material impreso suplementario se presenta en español.
- La radiodifusión comenzó bajo condiciones extremadamente adversas. La producción se realizó en un estudio prestado, y eran frecuentes los apagones tanto en las estaciones radiodifusoras como en los hogares de los oyentes.
- Antes de que pudiera acelerarse el diseño del material de instrucción, el Ministerio de Educación tuvo que definir precisamente lo que es la "instrucción primaria". Sólo entonces pudo el Ministerio emprender exitosamente la formidable tarea del primer año del proyecto—crear un programa de estudios primarios completamente nuevo para los radioyentes de las zonas rurales.
- Durante el primer año del proyecto se transmitió una serie de programas los sábados por la mañana, para familiarizar a la población de Caaguazú con las técnicas de radio-educación. Estos programas también se utilizaron para convencer a los maestros de las escuelas convencionales, muchos de los cuales se sentían amenazados por el nuevo sistema.
- Una serie de entrevistas previas a la inauguración del proyecto, reveló que el 70 por ciento de la población opinaba que la agricultura era el tema más importante de las lecciones. Por lo tanto los consejos y la información sobre la agricultura se combinan con las labores regulares de los cursos, particularmente los de alfabetización y lenguaje.
- Los lugares donde se realizan las pruebas sirven también como centros administrativos.
- Mientras que los cuadernos de trabajo del *PRPR* han sido recibidos con entusiasmo, se tendrán que preparar alternativas menos costosas para los mismos.

REFERENCIAS:

"Annual Report: Rural Radio Education/Paraguay", Academy for Educational Development, enero de 1978. Documentos sobre el proyecto no publicados, Academy for Educational Development, 1976, 1977 y 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Julio de 1978

MOVIMIENTO DE EDUCACION BASICA

Brasil

BENEFICIARIOS:	Originalmente, los campesinos analfabetos en el noreste de Brasil (potencialmente, alrededor de 24 millones de adultos), luego se amplió hasta incluir a campesinos de otras regiones
OBJETIVO:	Ayudar a educar, politizar, y motivar a adultos que no tenían acceso a escuelas y servicios de salud (en particular, por medio de alfabetización y aritmética simple) y para estimular la formación de comunidades de base
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, material impreso, y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	La Conferencia Nacional de Obispos del Brasil, el Ministerio de Educación y Cultura del Brasil, organizaciones asistenciales católicas y otras de Europa y Norteamérica, y el Ministerio de Salud del Brasil (1962-64)
DURACION:	Comenzó en 1961 como programa de alfabetización, se reorientó en 1965 y una vez más en 1971; continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sor Anne Marie Speyer, Movimiento de Educação de Base, Rua São Clemente 385, Rio de Janeiro, Brasil

DESCRIPCION:

Desde sus comienzos en 1961, el *Movimento de Educação de Base* ha sido un esfuerzo sectario para dotar a los desamparados de sus derechos básicos por medio de una capacitación práctica en la resolución de sus problemas. Pero ha quedado muy poco de este proyecto además de su razón de ser. El enfoque original de alfabetización cambió gradualmente de énfasis eliminando el aspecto místico del sub-desarrollo, aunque ésto se hacía por medio de programas de alfabetización. Originalmente se modeló según la Radio Sutatenza de la ACPO en Colombia, pero ahora el *MEB* ya no depende tanto de la radio. Pero también han cambiado el tamaño del proyecto, el programa de estudio del *MEB* y la relación entre el mismo y el gobierno nacional debido al clima político, y especialmente con el golpe militar de 1964.

El enfoque del *MEB* y sus problemas difieren de los muchos programas llevados a cabo en América Latina para movilizar los medios de comunicación para el desarrollo. En vez de promover técnicas progresistas en nombre del desarrollo, los trabajadores del proyecto se dedican a ayudar a los campesinos y a analizar las raíces y las dimensiones del subdesarrollo. Es sólo entonces, según la lógica Freireana, que el pueblo puede encontrar y adoptar soluciones aceptables para ellos. Otro factor que distingue a este proyecto es el aprovechamiento de los medios de comunicación para las masas. En el *MEB*, se usan libros y programas de radio para apoyar, pero no para reemplazar a la inter-acción personal. La base del programa lo consituyen los grupos de estudio de los *camponês* (agricultores campesinos). En sus reuniones semanales, se discuten los programas sobre agricultura, nutrición, métodos laborales y otros temas prácticos, con la ayuda de animadores de grupo que usan técnicas teatrales y otras que requieren acción para obtener la participación de los miembros del grupo en la discusión de problemas penosos de su vida real.

Al ser una organización descentralizada, el *MEB* opera en cuatro niveles. Al nivel más alto está el equipo nacional en Rio, cuyos miembros están subordinados a los seis obispos nombrados al Consejo Directivo por la Conferencia de Obispos Católicos y los representantes del Ministerio de Educación, que son miembros del Consejo. El equipo nacional está dividido en un sector administrativo y un sector técnico-pedagógico; organiza nuevos sistemas en respuesta a las iniciativas locales; establece las líneas directrices, selecciona y capacita al personal de los equipos locales, y está a cargo de toda la gestión administrativa. Todo el trabajo relacionado a la preparación del programa, sin embargo, queda en manos de los equipos locales. La unidad de administración regional básica; el Sistema Educativo, por lo general, cubre una diócesis católica y contiene varias escuelas de radio. El tercer nivel lo constituye el equipo local, que planifica y lleva a cabo el programa de educación básico para la región. Típicamente, este equipo capacitado de maestros, trabajadores sociales y otros, tiene como base el centro más desarrollado de la región, y sus integrantes viajan desde allí a los lugares más apartados. Los animadores componen el cuarto nivel del sistema educativo. Estos son nombrados por miembros de la comunidad, reciben capacitación

localmente, y tienen la responsabilidad de animar los diálogos y las actividades en sus comunidades.

RESULTADOS:

El *MEB* ha sufrido graves reveses, pero, a pesar de éstos, el proyecto ha afectado la vida de cientos de miles de brasileros. Un especialista que tuvo a su cargo la evaluación de la eficacia de la primera década de operaciones del proyecto, reveló que desde 1964 más de 5000 escuelas por radio de la red del *MEB* han ayudado a aproximadamente 400.000 campesinos a aprender a leer. Sin embargo, según el mismo investigador, sólo unos 100.000 *camponês* se alfabetizaron por medio del *MEB* entre 1964 y 1970, probablemente a causa de que el gobierno que asumió el poder en 1964 no prestó mucha atención a la participación de los campesinos en el cambio social.

A partir de 1970, los esfuerzos de auto-evaluación del *MEB* han consistido principalmente en la medición de la demanda de los cursos, sin evaluar los cambios de comportamiento producidos por los cursos y actividades del *MEB*. Desde 1976 se han programado evaluaciones que debían llevarse a cabo antes, durante, y después de los cursos, pero hasta la fecha la evaluación posterior a los cursos no ha venido acompañada de una evaluación de las necesidades y de un análisis de la matrícula. Sólo se puede obtener un cuadro muy general del impacto producido por el proyecto, por medio de estadísticas de matrícula (que demuestran, por ejemplo, que el programa llamado "actividades de la comunidad con orientación religiosa" tiene mucha más popularidad que los programas de agricultura y salud del *MEB*). Es difícil calcular con exactitud el número total de participantes del *MEB*, ya que algunos oyentes caen en más de una categoría de estudiantes. En 1977, se matricularon unas 15.000 personas para los cursos académicos normales, mientras que los programas especiales involucraron a un poco menos de 162.000 oyentes y los programas educativos no-escolares tuvieron una matrícula de más de 171.000.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Las actividades de "animación" del *MEB* han incluído: la organización de clubes de fútbol, labores agrícolas y sindicatos rurales.
- Los miembros del personal del *MEB* observaron a los candidatos a animadores locales en sus propios pueblos. Sólo se seleccionaron a los candidatos que no trataban a sus vecinos con condescendencia o de manera obsequiosa.
- En 1968, el *MEB* recibió el premio Reza Pahlavi de la UNESCO por la labor de alto calibre realizada en pro de y con los *camponês*.
- El uso de la radio en este proyecto ha ocupado un lugar secundario dejando en primer lugar al material impreso y al debate. A diferencia de los que sucede con el animador, el medio de difusión no se considera como agente primario para lograr el cambio social.
- Se escogió el noreste del Brasil para el proyecto original, y sigue siendo el foco de las actividades del proyecto porque es la región más pobre del país y porque, según cálculos efectuados en 1975, más de la mitad de las personas que viven en la región no pueden leer ni escribir. La región del Amazonas también es objeto de una intensa actividad de parte del *MEB*.

REFERENCIAS:

"A Systems Approach Applied to Non-Formal Education: Planning, Programming, Budgeting and the 'Non-Formal' Process", trabajo inédito, Sor Anne Marie Speyer, *MEB*, agosto de 1977.

"*Movimento de Educação de Base (MEB)*: Communication for Animation and Social Change," "*Communication and Rural Development*," Juan E. Bordenave, UNESCO, 1977.

Informes Anuales del MEB, 1974, 1975, 1976 y 1977, MEB Brasil.

"*Movimento de Educação de Base*: An Experience in Education for the Rural Poor," Universidad de Michigan, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1978

CAMPAÑA DE LECHE MATERNA

Trinidad y Tobago

BENEFICIARIOS:	**Las madres de niños de tierna edad y mujeres encintas en Trinidad y Tobago**
OBJETIVO:	**Divulgar la relación que existe entre la alimentación de leche materna y la buena nutrición y el nivel de vida**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, la televisión, los carteles, los periodicos y revistas, el cine**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La Asociación de Amas de Casa de Trinidad y Tobago (HATT). La Asociación de Agencias de Promoción de Trinidad y Tobago con el apoyo del Ministerio de Salud, el Instituto del Caribe para la Alimentación y Nutrición (CFNI) y la Asociación Médica de Trinidad y Tobago**
DURACION:	**Fue concebido e implantado en 1974; se tiene programado repetirlo en 1977**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Alison White, Nutritionist, 13 Santa Anna Gardens, Maingot Street, Tunapuna, Trinidad**

DESCRIPCION:

En la *Campaña de leche Materna de Trinidad y Tobago*, participaron varias entidades privadas y oficiales en un intento por utilizar los órganos de difusión del país para promover la alimentación infantil con leche materna. La campaña, coordinada por la Asociación de Amas de Casa de Trinidad y Tobago con el apoyo de las Agencias de Publicidad del país, fue planificada en los primeros meses de 1974 y lanzada oficialmente en mayo de ese año.

Los empleados de la agencia publicitaria participante recibieron un folleto de tres páginas en el que se describían los aspectos nutritivos y económicos de la alimentación infantil con leche materna y se trataba de convencerlos de que tenían un servicio digno de prestar. Una vez elaborados el texto y los gráficos de la campaña, se informó también sobre el proyecto a los miembros del personal clínico y a otros especialistas en salud y se les puso al corriente sobre los beneficios de la leche materna para la alimentación del niño.

Mediante breves anuncios por radio y televisión, se reiteraron los mensajes publicados en los periódicos, los carteles y las hojas volantes. La administración de la campaña estuvo a cargo de profesionales del ramo que coordinaron nueve programas de televisión y una serie de transmisiones diarias por radio de cinco minutos de duración (llamadas "Manteniéndose a la altura de la historia de la humanidad") con participación de la prensa. También formaron parte de la campaña debates entre los niños de escuela y grupos de la comunidad, así como exposiciones especiales centralmente ubicadas y en bibliotecas móviles.

Un elemento clave de este proyecto lo constituyó la donación de tiempo, conocimientos técnicos y servicios por parte de las agencias de publicidad, departamentos del gobierno, los órganos de difusión, firmas comerciales y ciudadanos particulares. Estas donaciones fueron complementadas por las rebajas por concepto del volúmen y otras ventajas de producción.

RESULTADOS:

Con la evaluación en dos etapas realizada por el Instituto del Caribe para la Alimentación y la Nutrición se trató de lograr cinco objetivos primordiales: 1) determinar a qué parte de la población había llegado realmente el programa, 2) evaluar hasta qué grado los mensajes habían tenido influencia en quienes los escucharon, 3) cerciorarse si las mujeres que escucharon los mensajes estaban de acuerdo con su contenido, 4) descubrir si las madres que estaban criando habían modificado sus prácticas de amamantamiento, y 5) obtener información adicional sobre las prácticas de las mujeres de Trinidad y Tobago en relación con la alimentación de los niños con leche materna.

Tomando como base su evaluación, que constituyó una de sus principales contribuciones al programa, el Instituto del Caribe para la Alimentación y la Nutrición juzgó que la campaña de alimentación por leche

materna había sido un éxito, y llegó a la conclusión de que las partes integrantes de la campaña deberían convertirse en características permanentes del programa de educación en nutrición de Trinidad y Tobago. Reafirmó también la eficacia del enfoque de órganos de difusión múltiples y el equipo recomendó además, que en dichos órganos se dedicara aún más tiempo y espacio a esta cuestión de vital importancia.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La esposa del Primer Ministro de Jamaica, Excmo. Sr. Manley, respaldó la campaña de alimentación del niño con leche materna en una conversación con la presidenta de la Asociación de Amas de Casa de Trinidad y Tobago grabada de antemano. Posteriormente se dió publicidad a esta conversación en apoyo a la campaña.
- Se invitó a los padres de los niños a una función en el Día del Padre, en la que se discutieron las ventajas de la leche materna para la alimentación.
- Se proyectaron a las madres y enfermeras en las clínicas, breves películas en las que se demostraron las ventajas de la alimentación con leche materna desde el punto de vista de la nutrición.
- *La Campaña de Alimentación con Leche Materna de Trinidad y Tobago* será objeto de un libro que publicará proximamente del Dr. Derrick B. Jelliffe y E. F. Patrice Jelliffe sobre la alimentación con leche materna en el mundo moderno.
- Las estaciones de radio donaron más tiempo del que originalmente habían prometido para los anuncios breves en los que se promovió el proyecto de alimentación con leche materna.

REFERENCIAS:

"The Trinidad and Tobago Breastfeeding Campaign", Alison White, ponencia presentada en la IX Reunión del Grupo Técnico del Caribbean Food and Nutrition Institute, Kingston, Jamaica, setiembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

PROYECTO EXPERIMENTAL DE NUTRICION

Brasil

BENEFICIARIOS:	Habitantes de los pueblos del Nordeste del Brasil
OBJETIVO:	Establecer un diálogo en la comunidad en torno a la nutrición como primer paso para la acción comunitaria
MEDIOS DE DIFUSION:	Afiches o carteles, fotografías y pizarras de franela o franelógrafos
DONANTES-PATROCINADORES:	La División de Ciencias de la Nutrición de la Universidad de Cornell
DURACION:	Se inició y concluyó en 1974
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Therese Drummond, Director for Nutrition and Rural Community Education, Agricultural Missions, Inc., 475 Riverside Drive, Room 624, New York, New York 10027, U.S.A.

DESCRIPCION:

Este proyecto tuvo por finalidad determinar el grado de receptividad por los habitantes de pueblos con distintos tipos de organización comunitaria del método de Paulo Freire tal como se utiliza para la educación en el campo de la nutrición. Este experimento, realizado en 1974, tuvo por fin hacer participar a los habitantes de los pueblos, analfabetos o semianalfabetos, en una campaña destinada a poner de manifiesto que la desnutrición constituye un problema, y a instituir formas simples con las que el individuo puede comenzar a aliviar ciertos aspectos de la desnutrición en los niños pequeños.

La primera parte del programa, de cinco semanas de duración, estuvo dedicado a visitar los 120 hogares aproximadamente, que integraban los pueblos objeto del estudio. Prescindiendo deliberadamente del uso de formularios y cuestionarios, la Sra. Drummond conversó informalmente con los habitantes de los pueblos para determinar lo que pensaban sobre la alimentación y la nutrición de sus hijos. Más especialmente, hizo preguntas sobre la incidencia de la enfermedad y muerte entre los niños de corta edad y sobre el número de niños menores de cuatro años que tenían un peso inferior al normal. Recogió, además, nombres, fechas de nacimiento e información sobre prácticas de amamantamiento, distribución por edades, y hábitos alimenticios, datos que anotó en simples cuadernos con los cuales estaba familiarizada la población local.

En las reuniones de grupo celebradas después de las visitas, se utilizaron afiches o carteles para estimular la discusión. Por ejemplo, un dibujo de un ataúd de un bebé camino al cementerio — cuadro común en la zona —, proporcionó la oportunidad para hablar del hecho de que los bebés mueren con frecuencia y para examinar ese hecho críticamente en vez de aceptarlo con fatalismo. En otros afiches aparecía una mujer amamantando a un bebé, una madre dando a su hijo alimentación complementaria, o un niño afectado por una desnutrición avanzada.

RESULTADOS:

Las transcripciones de las cintas grabadas de muchas de las reuniones en los pueblos revelaron que los habitantes participaron con sumo interés en las reuniones y en la discusión de los problemas. La transcripción de sus comentarios y preguntas revela también que estos habitantes comenzaron a dudar de su arraigado fatalismo y, a la inversa, reconocieron su propia capacidad para mejorar sus vidas. Las anotaciones de las reuniones también sugieren que en las discusiones de grupo que formaron parte de este proyecto, los habitantes de los pueblos que anteriormente no estaban organizados no habían sido afectados en forma positiva o adversa por sus experiencias anteriores.

Como resultado directo de estas reuniones, los pueblos seleccionaron a una persona por cada diez hogares, la cual se haría responsable del bienestar nutricional de los niños del grupo. Se formularon también planes para hacer frente a las distintas emergencias en materia de salud que se presentasen. Sin embargo, no se tomó medida alguna para determinar si los participantes de

este proyecto hicieron lo necesario para que sus hijos continuaran recibiendo proteínas en cantidades suficientes y, si, entre otras cosas, fueron inoculados contra las enfermedades de la niñez.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- En una reunión en la que se preguntó si debería efectuarse un "estudio" de los niños, los habitantes del pueblo — que asocian el estudio con la escuela — entendieron que el experto en nutrición pensaba establecer una nueva escuela en su localidad.
- Para trasmitir la idea del peso adecuado que deberían tener los niños pequeños, se utilizó una reproducción de la tabla de pesos "Morely". Cuando los padres llegaron a comprender el significado de la gama de pesos que deberían tener los niños — llamada "Caminho da Saúde", o "Camino de la Salud", se les entregó una copia mimeografiada del cuadro.
- Entre los carteles utilizados en las charlas se hallaban fotografías o cuadros sacados de fotografías. El fondo de los cuadros se borró para evitar interferencias. Se tuvo también cuidado en seleccionar fotos que no fueran demasiado limitadas en cuanto a su referencia, ni demasiado enigmáticas.
- Alegando una mala memoria, la entrevistadora hizo un esbozo de gran parte de lo que observó. Estos dibujos captaron la atención de los participantes del pueblo y los tranquilizó; de este modo se simplificó la obtención de datos sobre salud y demografía.
- En el transcurso de una reunión, un pescador declaró que, en general, las reuniones eran una buena idea. Dijo que ni una sola vez en los ocho años que había vivido en el pueblo en cuestión se habían reunido sus habitantes para resolver o tratar problemas comunes.

REFERENCIAS:

"Using the Method of Paulo Freire in Nutrition: An Experimental Plan for Community Action in Northeast Brazil," Therese Drummond, *Cornell International Nutrition Monograph Series*, No. 3, Cornell University, Ithaca, New York, 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Junio 1977

PROYECTO DE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

India

BENEFICIARIOS:	Líderes de la opinión pública, cabezas de familia, amas de casa, maestros y niños en edad escolar en zonas rurales y en pueblos pequeños de Uttar Pradesh y Andhra Pradesh (aproximadamente 250.000 personas)
OBJETIVO:	Determinar la eficacia de una campaña utilizando medios mixtos de comunicación para aumentar el nivel de concientización y conocimiento acerca del embarazo y el destete entre la población rural, en su mayoría analfabeta
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, materiales impresos, películas, calendarios, pantomimas, carteles, carteleras, murales y forros para libros escolares
DONANTES-PATROCINADORES:	La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, CARE-India
DURACION:	Se planeó en 1969; se estableció en 1971 y se llevó a cabo de abril a junio de 1972
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sadhna Ghose, CARE-India, P.O. Box 3064, New Delhi-3, India; Ronald Parlato/Margaret Burns Parlato, 4915 Albemarle St. N.W., Washington, D.C. 20008, U.S.A; Dr. Lakshmir Krichnamurthi, CARE-India

DESCRIPCION:

El proyecto de información sobre nutrición lanzado por CARE en la India en 1972 luego de tres años de investigación y preparación se basó en dos premisas principales. La primera fue que las técnicas modernas utilizadas en campañas urbanas de medios masivos y análisis de mercado pueden usarse con éxito en la solución de los problemas y necesidades del habitante rural en el Tercer Mundo. La segunda fue que una combinación bien seleccionada de medios de comunicación es más efectiva que cualquier medio único de difusión utilizado para alcanzar grupos de beneficiarios diversos dentro de una determinada población. Más específicamente, se diseñó el proyecto experimental para probar la eficacia relativa de los mensajes positivos y negativos y para promover dos mensajes determinados: uno relacionado al impacto de destetar al niño en la forma y en el momento adecuados sobre su salud a largo plazo, y otro relacionado con la importancia de comer hojas y hortalizas verdes para la madre y el niño durante el embarazo.

Se otorgó alta prioridad dentro del proyecto CARE-India a la investigación preliminar y al diseño del proyecto. Para evitar que a los habitantes se les instara a comprar alimentos que no estuvieran disponibles o fueran prohibidos (tabú) socialmente, o costosos, un equipo de investigadores paso seis meses identificando problemas económicos, nutritivos, sociológicos, y aquellos relacionados con el comercio, obstáculos para obtener los cambios beneficiosos en los hábitos alimenticios. Esta investigación precedió e influenció la selección de los beneficiarios, los ocho sitios elegidos (cada uno compuesto de tres comunidades y un pueblo), los medios de comunicación que se usarían para impartir el mensaje y el contenido y el lenguaje específico utilizado en los mismos. La investigación se basó en los resultados de estudios de diversas disciplinas, incluyendo la investigación realizada para otros proyectos de nutrición y comunicación, e incluyó un estudio previo a la campaña de una muestra de 2.400 respondientes.

La campaña de diez semanas que fue producto del resultado de la investigación utilizó una variedad de medios masivos, sin intentar deslumbrar a los beneficiarios con innovaciones. En cambio, se usaron mensajes simples diseñados para despertar emociones básicas y tradiciones arraigadas de la población. En Uttar Pradesh, donde se utilizó el enfoque positivo, algunos carteles mostraban a un niño pequeño alabado por su maestro y otros mostraban a un niño del pueblo que recibía un trofeo por su destreza atlética. En Andhra Pradesh, donde se adoptó el método negativo más

controvertido, los carteles mostraban a un demonio (una figura reconocible derivada de la tradición mítica del sur de la India) que amenazaba el bienestar de una madre embarazada, en un caso, y de un niño pequeño en el otro. Se usaron las mismas tácticas y los mismos mensajes en anuncios en la prensa, carteles, murales, películas cortas en blanco y negro, anuncios de radio, ediciones especiales de periódicos, calendarios, folletos e historietas cómicas. Debido a que la campaña se diseñó expresamente para determinar la eficacia de los medios masivos unicamente, las intervenciones interpersonales no formaron parte del esfuerzo general.

RESULTADOS:

Los resultados de la evaluación de la campaña, basados en una encuesta básica (2.500 entrevistas) y una encuesta posterior a la campaña (2.500 entrevistas) indicaron que una campaña mixta de medios puede impartir con éxito nuevas ideas y conceptos al público rural remoto. Parece ser que una combinación de medios diseñada especialmente para llegar a diferentes subaudiencias puede, por medio de un llamado directo, saltar barreras socio-económicas y culturales. La encuesta mostró que tanto hombres como mujeres de todas las edades, así como de diferentes niveles de educación, ocupación, ingresos y castas respondieron con igual entusiasmo ante la campaña de nutrición, aumentando su puntaje de conocimiento por el mismo número de puntos. En relación al embarazo, por ejemplo el puntaje de las amas de casa aumentó de 53 a 84, mientras que el de los habitantes más influyentes de la comunidad subió de 63 a 95. En general, los miembros analfabetos de las castas más bajas aprendieron lo mismo que los Brahmins más educados.

Para respaldar el argumento que un sacudón leve es un agente valioso para promover el aumento de la concientización y comprensión de ideas nuevas se señala que el 100 por ciento de los habitantes expuestos a los mensajes expresados negativamente recordaron la campaña, mientras que un 91 por ciento recordaron el mensaje positivo. De forma similar, el público de las campañas en Andra Pradesh recordaron mejor determinados medios de comunicación, alcanzaron un puntaje más alto en las pruebas de conocimiento posteriores a la campaña y recordaron mejor los datos específicos recalcados durante la misma que sus contrapartes en Uttar Pradesh. Los investigadores especularon que la campaña negativa puede haber sido más efectiva porque fue más singular desde un punto de vista creador y más a tono con la cultura de la comunidad.

La evaluación de la eficacia de los varios médios de comunicación mostró que las personas que estuvieron expuestas solamente a los medios gráficos de entretenimiento aprendieron tanto como aquellos que estuvieron expuestos a todos los medios de comunicación. En la campaña positiva como en la negativa, se recordaron mejor las películas y carteles; la mitad de los encuestados en Uttar Pradesh recordaron las películas y 65 por ciento los carteles, mientras que las cifras comparativas para la campaña negativa fueron del 70 por ciento y el 67 por ciento, respectivamente. Los diarios y anuncios radiales no tuvieron efecto en ambas campañas; menos del 17 por ciento en Uttar Pradesh y menos del 21 por ciento en Andhra Pradesh recordaron ambos medios. A pesar de que la campaña se diseñó únicamente para elevar el nivel de concientización y comprensión, parece ser que también se influenciaron las actitudes favorablemente. En tres de cuatro casos (el mensaje sobre el destete en A.P. y el mensaje sobre el embarazo en ambas provincias), virtualmente no hubo resistencia en la aceptación de la información de la campaña como creible. En el cuarto caso, la resistencia expresada se cree reflejó las diferencias en la dieta: el pan quebradizo que se come en U.P. puede haber sido más difícil de visualizar en forma pulverizada que otros tipos de alimentos, tales como el arroz, que se comen en el sur de la India.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los folletos preparados para los maestros llevaban cartas de aprobación y recomendación firmadas por los principales funcionarios de educación de los dos estados. Además, aparecieron estrellas populares de películas en *hindi* y *telegu* por un minuto de respaldo al final de cada película.
- Se descubrió que la radio no tuvo efecto en la campaña, por lo general, ya que relativamente pocos en los sitios seleccionados poseían o tenían acceso a una radio.
- Se llevó a cabo un estudio sobre temas específicos de la nutrición como parte previa a la campaña.
- No se verificó durante la campaña la teoría del flujo de la información en "dos etapas." La información especializad y muy detallada que se distribuyó entre los maestros y personas de influencia por medio de folletos no fue diseminada a la población en general.
- Se descubrió que la pantomima, que se habiá pensado estrechamente relacionada con las danzas tradicionales de la India como comunicación no verbal, fue demasiado abstracta para la mayoría del público.
- El informe de los resultados de CARE-India sobre este proyecto de información sobre nutrición incluye, más que un simple relato del proyecto, un modelo para ejecutar una campaña de educación sobre la nutrición y una presentación exhaustiva de los temas sociológicos e informáticos que deben efectuar los trabajadores y funcionarios de la campaña.

REFERENCIAS:

"Planning for Nutrition Education: The Application of Mass Media and Extension to Social Action Programs," Ronald Parlato, CARE-India, 1973.

"Food Attitudes in Andhra Pradesh and Uttar Pradesh," CARE-India, 1973.

"Breaking the Communications Barrier," Ronald Parlato, CARE-India, 1972.

"Breaking the Communications Barrier: A Report of Results," Margaret Burns Parlato, CARE-India, 1973.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

CAMPAÑA PUBLICITARIA SOBRE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

Filipinas

BENEFICIARIOS:	**Familias de bajos ingresos de las provincias rurales (aproximadamente 2,5 millones de habitantes)**
OBJETIVO:	**Poner a prueba la eficacia de técnicas modernas de comercialización y publicidad dirigidas a cambiar el comportamiento, actitudes y conocimientos en cuanto a nutrición y salud infantil**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio y la comunicación interpersonal limitada**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El gobierno filipino, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y el Centro Nacional para la Producción de Medios de Información Pública de Filipinas**
DURACION:	**Desde fines de 1975 a fines de 1976**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Dr. Florentino Solon y Dr. Josefina Patron, National Nutrition Council, Ministry of Health and Nutrition, Manila, Philippines; Candy Formacion, Department of Nutrition, University of Iloilo, Iloilo City, Iloilo, Philippines; and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., 1511 K Street, N.W., Washington, D.C. 20005, USA**

DESCRIPCION:

La *Campaña Publicitaria sobre Nutrición Usando Medios de Comunicación Masiva* se inició en reconocimiento del lamentable estado nutricional de muchos niños filipinos y de la ineficacia de los métodos tradicionales utilizados para ofrecer orientación a las madres de niños de peso subnormal. Conociendo el éxito obtenido mediante el uso de técnicas de difusión y comercialización para llegar a la población desnutrida de la India y del Ecuador, que incluía consejos prácticos en cuanto a una dieta adecuada y su preparación, los nutricionistas filipinos del Consejo Nacional de Nutrición decidieron ensayar en enfoque similar. La meta específica consistía en lograr que las madres filipinas enriquecieran el plato de arroz acuoso (*lugaw*), que les daban a los niños para suplementar la leche materna, añadiéndole hortalizas picadas, aceite y pescado. La labor disimulada— más difícil aún que la difusión de mensajes—consistía en terminar con algunas costumbres profundamente arraigadas e incorrectas, aunque muy diseminadas, relativas a las necesidades nutricionales del recién nacido.

Se iniciaron las actividades del proyecto en 1975, cuando la Agencia para el Desarrollo Internacional accedió a suministrar los fondos para contratar una firma especializada en publicidad y comunicaciones sociales de los Estados Unidos para que colaborara con los planificadores filipinos en el diseño, ejecución y evaluación de la campaña. La primera etapa requirió que el equipo estadounidense y sus contrapartes locales hicieran un viaje exploratorio al lugar seleccionado (Provindia de Iloilo con una población rural de 700,000 habitantes). Las visitas iniciales se hicieron para recoger impresiones mientras que las incursiones posteriores formaron parte de una encuesta controlada de madres cuidadosamente seleccionadas. La encuesta de referencia reveló que únicamente un 3% de las madres del lugar seleccionado habían oído de la práctica de añadirle aceite al *lugaw* y que ninguna de ellas lo había hecho. Otras madres (5 y 17% respectivamente) habían probado añadirle hortalizas y pescado a la mezcla.

El desarrollo de los mensajes publicitarios—la segunda etapa del proyecto—se llevó a cabo de acuerdo a los principios seguidos en la publicidad comercial. Los diseñadores de los mensajes supusieron que para despertar interés en un concepto dado se requiere que el que lo propone cuente con la simpatía del público; hazaña que supone asegurarse que el portavoz del mensaje proyecte una imagen sensata, agradable, autoritaria y digna de respeto. También se esforzaron por asegurar que el cambio propuesto no fuese percibido como más arrollador o desconcertante de lo que era en realidad. Estas y otras opiniones compatibles sirvieron de base para las seis dramatizaciones breves de 60 segundos de duración que eventualmente fueron desarrolladas, ensayadas, revisadas, grabadas y enviadas a las estaciones locales de radio.

Los seis mensajes previamente grabados fueron trasmitidos en rotación desde 15 estaciones por la mañana y por la noche, horas en que las familias rurales generalmente escuchan radio. Luego de dar comienzo a las trasmisiones, los trabajadores del proyecto contratados localmente se dedicaron a la distribución de la información sobre los conceptos que se fomentaban y sobre la campaña misma a los centros de rehabilitación de la salud y nutrición en la zona del proyecto. También se proporcionó a las estaciones de radio información relacionada con el tema, en otro contexto, que se había preparado con la colaboración de médicos filipinos para ser distribuida a solicitud de los oyentes. Las trasmisiones continuaron sin interrupción durante un año.

Dado que se ponía a prueba la eficacia de los radiomensajes por sí solos para cambiar los hábitos alimenticios, no se incorporaron otras actividades educativas especiales durante el periodo experimental. Se les informó a los médicos, enfermeras y trabajadores sociales sobre la razón fundamental de la campaña, pero no se les pidió que llevaran a cabo ningún programa educativo especial.

RESULTADOS:

Con el propósito de evaluar el impacto de esta campaña se examinaron los resultados de una encuesta previa al proyecto, una encuesta realizada durante la ejecución del mismo en mayo de 1976, y un cuestionario posterior al proyecto. La encuesta de mayo de 1976 reveló que el porcentaje de madres que agregaban aceite al *lugaw* habiá aumentado de 0 a 23 en ocho meses. El número de madres que añadían hortalizas subió de 5 a 15 por ciento y el correspondiente a las que utilizaban pescado aumentó del 17 al 27 por ciento. Las cifras correspondientes calculadas con posterioridad a la encuesta final eran de 24, 17 y 27 por ciento para aceite, hortalizas y pescado, respectivamente.

Las entrevistas realizadas después de finalizado el proyecto revelaron que el papel desempeñado por la radio como medio de difundir información sobre nutrición, quedaba más que comprobado con los informes en cuanto al uso de aceite por parte del público seleccionado. Por otra parte, la participación en los programas y el conocimiento sobre esos programas de nutrición y servicios de salud existentes estaba íntimamente asociada con la adición de hortalizas y pescado: temas tradicionales de la educación nutricional. No se encontró relación alguna entre la adición de aceite y estos programas, lo que sugiere que dicha innovación puede ser atribuída a los mensajes radiales.

Una encuesta separada y realizada por trabajadores de salud comunitaria en la zona seleccionada corroboró los resultados de la encuesta de hogares.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Las frases y los modismos utilizados por las madres en las entrevistas preliminares previas al proyecto fueron incorporadas en los guiones y mensajes de las trasmisiones.
- Los trabajadores locales en salud y nutrición sirvieron de anfitriones y guías para el grupo de enumeradores. Para muchos de ellos, la encuesta proporcionó la primera oportunidad que habían tenido en meses para visitar lugares remotos y hablar con la población a la que estaban supuestos a servir.
- Durante los primeros meses de la campaña el "Mensaje sobre las Hortalizas con Médico Presente" se trasmitió con más frecuencia que el "Mensaje sobre el Uso del Aceite con Médico Presente", sencillamente porque los jefes de la estación radiodifusora no comprendieron que cada mensaje debía recibir la misma exposición ya que cada uno de ellos era importante y diferente. El problema fue resuelto con una reunión con los jefes de las estaciones.
- La misma firma estadounidense que dirigió la campaña en Filipinas, llevó a cabo proyectos similares en Ecuador, Nicaragua y la República Dominicana; asi como también, otros proyectos de comunicación social en los Estados Unidos.
- Se seleccionó el formato de minidramas debido a que la "radionovela" es extremadamente popular en Filipinas y porque puede, asimismo, dar cabida al conflicto que siempre se crea cuando se presenta una idea desconocida.
- Según la firma publicitaria a cargo de la campaña, las virtudes de los mensajes cortos son muchas; los costos son bajos, permiten llegar al oyente pasivo, los mensajes se pueden trasmitir durante los programas más populares o entre los mismos, no cansan a los oyentes, como es el caso frecuente con las conferencias y las discusiones.

REFERENCIAS:

"Five Nutrition Projects that Use Mass Media," Joanne Leslie, *Development Communication Report*, setiembre de 1977.

"Whose Milk Shall We Market Over the Mass Media?" Richard K. Manoff and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., League for International Food Education, *Newsletter*, setiembre de 1977.

"Innovative Uses of Mass Media for Food and Nutrition Promotion," Richard K. Manoff, paper delivered at the Ninth Technical Group Meeting on Nutrition and the Mass Media, Caribbean Food and Nutrition Institute, setiembre de 1976.

"Changing Nutrition and Health Behavior Through the Mass Media: Nicaragua and the Philippines, An Interim Report," Manoff International, Inc., setiembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Julio de 1978

PROYECTO POSHAK

India

BENEFICIARIOS:	Niños en edad preescolar, mujeres embarazadas y madres en período de lactancia del área rural de Madhya Pradesh (unos 13.000 niños y 2.500 mujeres entre 1971 y 1975).
OBJETIVO:	Mejorar las condiciones alimenticias de los beneficiarios poniendo a su disposición suplementos alimenticios, brindando educación a la niñez y aumentando la atención médica en clínicas establecidas
MEDIOS DE DIFUSION:	Películas, diapositivas, representaciones teatrales, demostraciones, franelógrafos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	CARE, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, la UNICEF, el Gobierno Central de la India y el gobierno estatal de Madhya Pradesh
DURACION:	Comenzó en 1971; finalizó en 1975
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Tara Gopaldas, Care-India, B-29 Greater Kailash 1, Nueva Delhi-110048, India; Margot Higgins, 106 Third Street, N.W., Washington, D.C. 20002, USA; Tina Grewal Sanghvi, Office of Nutrition, Agency for International Development, SA-18, Department of State, Washington, D.C. 20523, USA

DESCRIPCION:

El *Proyecto Poshak* fue llevado a la práctica en el estado de Madhya Pradesh en 1971, con el objetivo primordial de demostrar la factibilidad de utilizar la red de salud pública existente en el estado (450 Centros de Salud Primarios y centros satélites secundarios) para distribuir suplementos alimenticios, brindar educación a la niñez y prestar mayores servicios médicos con el fin de mejorar las condiciones alimenticias de niños en edad preescolar, mujeres embarazadas y madres en período de lactancia. Su propósito secundario era probar el costo/beneficio de diversos tipos de actividades programáticas y niveles de supervisión. El proyecto comprendió una fase de planificación, una fase exploratoria, una fase de extensión y una última fase de actividades intensivas a gran escala. La fase exploratoria se llevó a cabo en cuatro distritos, la extensiva en siete y la intensiva (orientada hacia la investigación) en uno.

Tres ideas sirvieron de base informativa para el *Proyecto Poshak*. La primera sostiene que los programas alimenticios efectuados en colegios, hospitales o clínicas repercuten muy poco a largo plazo en los hábitos alimenticios de los beneficiarios si no están respaldados por programas de educación nutricional. La segunda afirma que, teniendo en cuenta que frequentemente es más importante la calidad —y no a la cantidad— de los alimentos que requiere un niño, es preciso convencer a los padres sobre los beneficios de los suplementos dietéticos antes de inscribir a sus hijos en programas alimenticios. La tercera señala que se obtiene un bien innato al involucrar a la madre y a la familia en el programa— de ahí que resulte benéfico dar más alimentos al niño en su hogar en vez de ofrecérselos en un marco institucional. Las tres hipótesis expuestas quedaron reflejadas en los objetivos prácticos del proyecto: compensar las deficiencias de una infraestructura inadecuada haciendo que el punto final de entrega de los alimentos sea el hogar en vez de la clínica, educar a las familias de los beneficiarios de manera que comprendan la importancia de ofrecer los suplementos alimenticios a quienes deben recibirlos, e integrar los servicios de salud.

El entrenamiento del personal del programa consistió en sesiones de una semana de duración, seguidas de entrenamiento en el trabajo. Se dictaron en total cuatro sesiones formales: la primera para pediatras y otros profesionales en el campo de la medicina altamenta capacitados, y las otras tres para personal paramédico, personal sanitario y enfermeras, y para enfermeras-parteras auxiliares. Estos cursos, diseñados en parte para llenar una brecha en los programas académicos de las facultades de medicina, estuvieron estructurados de tal forma que se diera el máximo de prelación a la discusión, la participación y la asimilación de la información. Los participantes en los cursos recibieron también mayores conocimientos sobre los aspectos prácticos relativos a la conducción de programas de

salud comunitarios. Entre los temas tratados se destacan la composición, preparación y uso de los alimentos que se habrían de distribuir, el empleo de equipos y drogas para mejorar la calidad de los servicios médicos y el manejo de los medios de comunicación para la educación.

Durante la fase preparatoria del proyecto se distribuyeron folletos destinados a despejar las dudas de los posibles participantes sobre los motivos que animaban al personal del proyecto y a aumentar el interés en el mismo. En la fase operativa, el personal paramédico que visitaba quincenalmente a cada una de las familias del programa empleaban ayudas visuales sencillas. Se tuvo cuidado de que las fotografías, rotofolios, y diapositivas representaran objetos familiares (por ejemplo, una vaca y un balde en vez de una botella de leche, para representar la leche). La presentación de diapositivas por medio de proyectores a batería fue una medida popular, pero la carencia de camionetas, generadores y otros equipos hizo prácticamente imposible utilizar películas de cine.

RESULTADOS:

En los cuatro años de duración del *Proyecto Poshak*, el consumo de alimentos de sus beneficiarios aumentó constante y apreciablemente. Se obtuvieron, además, beneficios indirectos. Por ejemplo, la imagen de los auxiliares sanitarios adquirió una nueva dimensión ante los ojos de los aldeanos, mejoró la asistencia a los centros de salud primarios y más personas participaron en campañas de vacunación y en programas de planificación familiar.

La mayoría de los problemas que afectaron a quienes realizaron el estudio de factibilidad fueron de orden logístico y administrativo. Entre ellos figuran la apatía de los beneficiarios y de los trabajadores del proyecto, la falta de personal, la preocupación del personal médico por ejecutar programas curativos y de planificación familiar, descuidando los programas de nutrición, y los cambios en la composición de los alimentos distribuídos como parte del programa. El clima y las características geográficas de la región también ocasionaron problemas, algunos de ellos casi insuperables.

Aunque es discutible, el *Proyecto Poshak* se considera un éxito en la medida en que, como consecuencia directa de él, un apreciable número de mujeres y niños pobres y desnutridos de más de 500 aldeas situadas en 12 distritos gozaron de mejor salud. Sin embargo (dado que el objetivo principal del experimento era probar la factibilidad de utilizar una determinada estructura de servicios) los criterios adecuados para evaluar las repercusiones del proyecto son su eficacia, su costo y las posibilidades de duplicarlo. A primera vista, parece que el proyecto tuvo éxito también en este sentido, ya que los muchos obstáculos que se presentaron no impidieron la distribución eficaz de alimentos, del material educativo y suministros — lo que constituía el objetivo del experimento.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Al comienzo del programa de planificación familiar, el patrocinio de éste por parte del gobierno fue recibido de una manera bastante negativa. Sin embargo, esta situación cambió completamente a los pocos meses de iniciado el programa de nutrición. El personal del Centro de Salud atribuyó esto al mayor entendimiento mutuo, a las visitas a los hogares y a la disponibilidad de alimentos y educación en los Centros de Salud.
- De los alimentos distribuidos a los hogares, entre el 30 y el 50 por ciento fue consumido por niños en el grupo de edad de 1 a 3 años, el 10 por ciento por bebés de menos de un año de edad y el resto por otros miembros de la familia. Las mujeres embarazadas consumieron tan solo el 25 por ciento de los alimentos que les fueron entregados y las mujeres en periódo de lactancia únicamente el 60 por ciento.
- Tres estudios realizados como parte de este experimento abarcaron (1) los efectos comparativos de cobrar por los suplementos alimenticios y de distribuirlos gratuitamente, (2) la eficacia relativa de utilizar como centros de distribución las escuelas rurales en vez de las clínicas, y (3) las ventajas y desventajas de ofrecer raciones alimenticias para ingerir en las clínicas, en comparación con la distribución de raciones para llevar al hogar.
- Aunque explícitamente invitadas a inscribirse en el programa, muchas mujeres encintas rehusaron hacerlo puesto que temían que el admitir el embarazo les atraería el "mal de ojo", no deseaban ser examinadas por médicos de sexo masculino o no entendían la necesidad de nutrirse mejor durante el embarazo.
- El estado de Madhya Pradesh fue seleccionado como sitio para ejecutar el proyecto en parte porque representa un medio de condiciones adversas. Gran parte de la tierra es estéril, su escasa población se encuentra muy diseminada y es de difícil acceso y su promedio de ingresos figura entre los más bajos de la India.

REFERENCIAS:

"The Poshak Nutrition Project in India", Margot Higgins en *Nonformal Education and the Rural Poor*, Richard O. Niehoff, ed., Michigan State University, 1977.

Project Poshak: An Integrated Health-Nutrition Macro Pilot Study for Preschool Children in Rural and Tribal Madhya Pradesh (dos volúmes), CARE-India, 1975.

Nutrition Planning Vol. 1, No. 1, febrero de 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1979

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOBRE NUTRICION

Túnez

BENEFICIARIOS:	**Las familias de escasos recursos en las zonas deprimidas rurales y urbanas**
OBJETIVO:	**Comprobar la eficacia de combinar el sistema de educación actual de persona a persona con un programa de educación sobre nutrición por radio, que es más económico**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio y comunicaciones interpersonales**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y el Instituto Nacional de Nutrición (NIN) de Túnez**
DURACION:	**Concebida en 1975; se concluyó su etapa piloto en 1978; continúa bajo el patrocinio del NIN**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Sara J. Munger, Synectics Corporation, 4790 William Flynn Highway, Allison Park, Pennsylvania 15101, U.S.A.; Dr. Zouhair Kallal, Director, National Institute of Nutrition and Food Technology, 11 rue Aristide Briand, Bab Saadoun, Tunis, Tunisia**

DESCRIPCION:

Un estudio nacional sobre nutrición llevado a cabo por el Instituto Nacional de Nutrición (NIN) de Túnez en 1975 mostró que existían varios problemas serios de nutrición en la mayor parte de la población de escasos recursos de Túnez. Entre los más graves se encontraban las deficiencias vitamínicas, producto de la crianza dada a los niños, ya que se los mantiene fajados y se evita su exposición al sol, no se les proporcionan suplementos nutritivos además de la leche materna y no se dan a los niños alimentos ricos en proteínas. La verificación de estos problemas llevó a que el NIN considerara patrocinar una campaña a través de los medios de difusión para que los padres de los niños se informen de prácticas nutritivas sencillas que pudieran corregir las deficiencias identificadas y motivarlos a probar tales prácticas. Al mismo tiempo, la Dirección de Apoyo al Desarrollo de la AID de EE.UU. había contratado una firma estadounidense de consultores para llevar a cabo un proyecto experimental para determinar formas de combinar el uso de los medios de difusión masivos con los programas existentes de educación no convencional. Luego de examinar a Colombia, Honduras y Túnez como sitios potenciales para este proyecto, la AID seleccionó a Túnez como el más representativo y receptivo de los países para realizar el proyecto.

Se seleccionó la radio como el medio para esta campaña porque pareció ser el mejor para llegar al número más elevado de madres en zonas rurales. En los comienzos del proyecto, los consultores y el NIN decidieron utilizar mensajes radiales cortos, en lugar de programas de debate prolongados. Esta decisión se basó en parte en experimentos previos llevados a cabo en Nicaragua y Filipinas que demostraron que los mensajes simples que se repiten pueden ser efectivos para educar a las poblaciones numerosas sobre la nutrición. Los mensajes radiales se desarrollaron sistemáticamente y se probaron con anterioridad en las clínicas locales de Salud Materno-Infantil (MCH). Los miembros de la Emisora Nacional de Radio agregaron la música y las introducciones.

Se seleccionaron cinco temas básicos: la importanica de que el niño esté expuesto al sol, la necesidad de proporcionar alimentos suplementarios durante el primer año de vida de los niños, la importancia de los huevos y los alimentos proteínicos en las dietas de las madres y de los infantes sanos, la adición de hortalizas en la dieta de la madre y del niño y la importancia de amamantar al bebé. El tema de las "frutas y hortalizas" fue tratado, por ejemplo, de siete formas diferentes y el "uso de proteínas" en nueve segmentos. El portador de estos mensajes es el personaje ficticio y ahora ampliamente conocido del "Dr. Hakim," una figura respetable que brinda consejos prácticos (y cuyo nombre significa en árabe "sabio").

La programación de las trasmisiones fue organizada para asegurar que tanto los padres como las madres puedan escuchar los mensajes. Primero, se emitieron dos mensajes (de uno a dos minutos de duración cada uno) tres veces al dia. Pero durante las primeras

semanas del programa, la crítica de tunecinos educados movió a los programadores a reducir el número de programas a dos por día. La crítica se basaba en la falta de acceso a algunos alimentos mencionados en los programas y reflejaban también la creencia de algunos tunecinos de que los mensajes cortos y repetidos a menudo eran un insulto a la inteligencia de los tunecinos. Sin embargo, estas críticas se redujeron cuando los países vecinos empezaron a expresar interés en duplicar el programa tunecino y cuando el personal del NIN respondió directamente a las críticas publicadas y se obtuvo consecuentemente el apoyo de la prensa.

Se investigó el impacto de la campaña educativa por medio de entrevistas con las madres que asistieron a las clínicas materno-infantiles. El proyecto seleccionó 16 clínicas: 8 de las cuales presentarían un seminario de medio día para parteras y enfermeras para reforzar la enseñanza no convencional sobre nutrición que ya estaba en progreso y ocho clínicas en las que no se suplementarían los programas radiales con los seminarios. Se preparó un cuestionario y se lo probó con anterioridad para ser utilizado al fin de los seis meses de radioemisión para determinar los conocimientos, actitudes y prácticas de los participantes en relación con los cinco temas recalcados en el proyecto.

RESULTADOS:

El éxito del programa más claramente demostrable ha sido la adopción de los medios de difusión como estrategia continua para la educación sobre la nutrición por parte del Instituto Nacional de Nutrición de Túnez. El proyecto emana de la inversión relativamente pequeña en capacitación y desarrollo de programas y tiene lugar en un medio en el cual prácticamente no existe la publicidad. Este compromiso de continuar el programa de comunicación demuestra, quizás de forma más tangible que cualquier estadística de evaluación, la convicción del personal del Instituto Nacional de que las comunicaciones representan una contribución importante para extender la instrucción sobre la nutrición a grandes números de habitantes en las zonas rurales de escasos recursos.

Los datos provenientes de una variedad de fuentes, incluyendo los comentarios anecdóticos y entrevistas detalladas, indican que el personaje central del programa —el Dr. Hakim— es una figura ampliamente reconocida en Túnez. Un 88 por ciento de las madres entrevistadas identificaron al Dr. Hakim cuando se les preguntó quien daba los mensajes sobre nutrición por la radio. Gracias al Dr. Hakim, la nutrición se ha convertido en un tema de preocupación general en todo el país. Ha quedado finalmente establecida la capacidad que tiene el programa del Dr. Hakim de llegar a la sociedad tunecina.

La complejidad de reunir una información confiable para la evaluación de los cambios específicos en la conducta de la población en materia de la nutrición hace que las conclusiones sobre el éxito del programa sean menos concluyentes. Junto con las respuestas a determinadas preguntas en el cuestionario, la información de las clínicas de un aumento en el uso de SAHA, un alimento suplementario recomendado en los programas radiales, sugiere que el conocimiento de las madres y quizás hasta su conducta fueron influenciados positivamente por el programa. Si se acepta que muchos de los indicadores objetivos pueden ser imperfectos, los aumentos autoreportados sobre la exposición de los niños a la luz solar a una edad más temprana es un signo positivo de un posible éxito. Quedan por responder muchas preguntas acerca de la capacidad de las comunicaciones para alterar realmente la forma en que la población actúa, y este programa substancia aún más la necesidad de encontrar estrategias más creativas e innovadoras para medir los resultados obtenidos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Aunque este proyecto se llevó a cabo con la ayuda de consultores, las decisiones básicas estuvieron en las manos de los mismos tunecinos.
- No se pudo ejercer control alguno sobre la exposición a los mensajes radiales. (La mayoría de las familias en Túnez poseen por lo menos una radio.)
- La firma tunecina "El Amouri Intitute in Applied Psychology" (Instituto el Amouri de Psicología Aplicada) fue subcontratado para ayudar a desarrollar el mensaje y a reunir los datos.
- Los programas radiales se trasmitieron en árabe, de modo que aunque fue algo limitada la contribución del contratista al contenido del mensaje final, el mismo no sufrió de los "efectos de traducción."
- Los programas radiales no consistieron en anuncios rápidos, sino en conferencias cortas sobre temas seleccionados relativos a la nutrición.
- En un sentido estricto, el diseño del proyecto es válido sólo si existen dos grupos diferentes para el experimento, lo cual no ocurrió en este caso dado que los profesionales médicos hablaron con los grupos de control.
- El efecto poderoso de la radioemisión probablemente se debió en parte al hecho de que el ambiente en el cual se trasmitieron los mensajes no cuenta con muchos medios de difusión.
- Los seminarios y eventos especiales fueron diseñados para motivar a los profesionales médicos a que relacionen los esfuerzos educativos existentes con los programas radiales.

REFERENCIAS:

"Mass Media and Nonformal Nutrition Education: Final Study Report," Sara J. Munger, Documento C-T0696-Y, Synectics Corporation, octubre de 1978.

Documentos del proyecto que no han sido publicados, 1976-1978.

"A New Voice in the Village —Radio Nutrition

Education in Tunisia," William Smith, una producción en video cinta preparada por la Academia para el Desarrollo Educativo para la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 1979.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1979

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

MEDIOS DE DIFUSION MASIVOS VS. PROGRAMA DIRECTO DE EDUCACION

México

BENEFICIARIOS:	**Las madres de niños de hasta cinco años de edad**
OBJETIVO:	**Probar la eficacia de las técnicas de difusión masiva en comparación con los métodos directos de educación para trasmitir los conceptos básicos de higiene, salud y dieta**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, folletos, carteles o afiches, comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Instituto Nacional de la Nutrición, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México**
DURACION:	**1976**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**María Teresa Cerqueira, Investigadora Principal, División de Nutrición, Instituto de Nutrición, Avda. San Fernando y Viaducto Tlalpan, México 22, D.F., México**

DESCRIPCION:

En 1976, México puso en ejecución un proyecto para comparar la eficacia de los *Medios de Defusión Masivos vs. La Educación Directa* para trasmitir información sobre la salud y la nutrición a las madres en las zonas rurales que tienen hijos de hasta cinco años de edad. Se seleccionaron tres comunidades rurales para el proyecto: una recibiría información sobre nutrición mediante el formato tradicional en las aulas; la segunda lo haría a través de los medios de difusión masiva y la tercera serviría como grupo de control. Se completaron estudios de la comunidad para garantizar poblaciones homogéneas que reunieran los siguientes criterios: 1) economías basadas en la agricultura; 2) poblaciones de tamaño similar; 3) acceso igual a los centros urbanos o de mercado; 4) servicios públicos equivalentes, tales como agua, electricidad, educación y recepción radial; y 5) falta de servicios médicos. Las tres comunidades se encuentran en el mismo estado, a unos 150 kilómetros al oeste de la ciudad de México.

Se llevó a cabo una encuesta del mercado para identificar los alimentos disponibles localmente. Se realizó una encuesta para determinar los hábitos alimenticios de una muestra al azar de 120 madres con niños de hasta cinco años de edad. Por último, se les dió un cuestionario a las madres incluidas en la muestra para determinar su grado de conocimientos sobre la nutrición. Cada entrevista duró unos 20 minutos y estuvo a cargo de tres estudiantes de nutrición del último curso.

El programa directo de educación (en las aulas) fue dictado por tres estudiantes de nutrición durante un período de 12 semanas y consistió en dos clases por semana de dos horas de duración cada una, presentándose los principios y discusión en un día, y la demostración y práctica en el siguiente. Se dictaron un total de cuatro unidades; cada una llevó tres semanas para completarse. La Unidad 1 explicó como presupuestar los fondos para una dieta adecuada, agregando frutas y hortalizas y preparando platos de alto contenido nutritivo y bajo costo. La Unidad 2 trató sobre la alimentación del infante, nutrición, leche materna, alimentos sólidos, y alimentos de bajo costo para niños. La Unidad 3 presentó dietas durante el embarazo, variedad en las mismas y tabúes alimenticios. La última unidad trató sobre la higiene durante el lavado, preparación y almacenaje de alimentos y utensilios usados.

La campaña a través de los medios de difusión masivos también tuvo lugar durante el mismo período de 12 semanas. Se utilizaron anuncios radiales, folletos y carteles para cubrir los mismos temas de las cuatro unidades educacionales. Los anuncios radiales consistieron en cuatro canciones de tres minutos de duración cada una. Se distribuyeron tres folletos a las madres incluidas en la muestra y en escuelas, iglesias y tiendas locales. El primer folleto trató sobre la dieta, las combinaciones alimenticias y la importancia de la variedad en el consumo de alimentos. El segundo abarcó nutrición infantil y preparación de alimentos. El tercero mostró como preparar un puré de frijoles y maza de tortillas. Los tres folletos estuvieron disponibles por un mes cada uno. Los cuatro carteles se diseñaron para coincidir con las cuatro unidades. Cada uno de los afiches o carteles fue distribuido a las madres que participaban en la muestra de la población y se los

expuso en las escuelas, iglesias, tiendas y otras áreas públicas en la comunidad. Los afiches se distribuyeron cada tres semanas en la misma secuencia que las unidades de instrucción.

Una vez que se completó la campaña de 12 semanas, se llevó a cabo un estudio en las tres comunidades para determinar la cantidad de información que cada comunidad había retenido. Se administró nuevamente el cuestionario previo al programa pero colocando las preguntas en un orden diferente, para determinar el cambio en los niveles de nutrición en las tres comunidades. En total se administró el cuestionario cuatro veces: inmediatamente antes y después del proyecto, una vez más al cabo de tres meses y por último un año después del programa. Junto con el último cuestionario se tomó también una encuesta dietética para definir los hábitos alimenticios de la población. Dado que el cuestionario medía el cambio en el conocimiento nutritivo y la encuesta dietética medía el cambio en los hábitos de consumo, el proyecto pudo comparar la eficacia de las dos campañas para producir un cambio de actitudes y comportamiento.

RESULTADOS:

Tradicionalmente se ha pensado que los medios de difusión masivos impersonales, no podían competir con la comunicación interpersonal para producir un cambio a largo plazo en las actitudes íntimas y en el comportamiento, por ejemplo la alimentación. Así que se pudo haber esperado que el grupo en el aula recibiría un puntaje más alto en el conocimiento y adopción de los hábitos alimenticios nutritivos. Sin embargo, en esta campaña, tanto el grupo en el aula como el que recibió la información a través de los medios de difusión masivos aprendieron los conceptos nutritivos igualmente bien. El grupo en el aula aumentó sus conocimientos sobre nutrición en un 53 por ciento, mientras que el grupo que los recibió por medios de difusión masivos los aumentó en un 54 por ciento. Sorpresivamente, el grupo de control aumentó sus conocimientos en un 19 por ciento. Aunque no fueron seleccionados para recibir información sobre nutrición de programa alguno, se encontraban lo sufientemente cerca de la comunidad que recibió la información a través de los medios de difusión masivos para que escucharan las trasmisiones radiales. Esta "repercusión" del mensaje puede ser responsable del aumento de los conocimientos en un 19 por ciento.

Tanto los hábitos alimenticios de los grupos en el aula como los que recibieron los medios de difusión masivos cambiaron de manera positiva. El grupo del aula informó que estaba comiendo tres veces más fruta, pescado y aceite mientras el grupo que recibió la información a través de los medios de difusión cuadruplicó el consumo de pescado, fruta y hortalizas. Ambos grupos disminuyeron el consumo de manteca, maíz y bebidas gaseosas. Como nota de interés, el grupo de control también modificó sus hábitos alimenticios, pero para empeorarlos. Aumentó el consumo de alimentos más prestigiosos y menos nutritivos tales como el azúcar, pan y bebidas gaseosas, mientras disminuyeron el consumo de alimentos nutritivos tradicionales como los frijoles y el chile.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La economía puede haber influenciado el cambio en los hábitos alimenticios, ya que durante el año en que se llevó a cabo el experimento, el precio de manteca casi se duplicó, mientras los precios de los aceites vegetales se mantuvieron constantes.
- Tradicionalmente no sé comía ni pescado ni hortalizas antes de la campaña.

REFERENCIAS:

"A Comparison of Mass Media Techniques and Direct Method for Nutrition Education in Rural Mexico," *Journal of Nutrition Education*, Vol. II, No. 3, julio-setiembre de 1979, pp. 133-37.

"Los medios masivos de comunicación: Un instrumento útil en la enseñanza de la nutrición," *Cuadernos de Nutrición*, Vol. 3, julio-agosto-setiembre de 1978, pp. 287-95.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1980

EL PROYECTO MODELO DE PLANIFICACION FAMILIAR EN ISFAHAN

Irán

BENEFICIARIOS:	Mujeres de los distritos urbanos y rurales de Irán
OBJETIVO:	Aumentar la aceptación de los anticonceptivos por parte de las mujeres, y promover su uso contínuo por parte de las que inicialmente participaron en los programas de planificación familiar
MEDIOS DE DIFUSION:	Banderines, correspondencia, películas, radio, televisión, prensa, exposiciones
DONANTES-PATROCINADORES:	Oficina de Población y Planificación de la Familia en Irán; Ministerio de Salud de Irán
DURACION:	La etapa modelo duró desde junio de 1972 hasta junio de 1974; en otras partes de Irán se están introduciendo ahora proyectos similares
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Medhi Loghmani, Deputy Director, Ministry of Health, 212 Abbas Abad St., Isfahan, Iran; Roy C. Treadway, Illinois State University, Normal, IL 61761, U.S.A.; Robert Gillespie, Director, Population Communications, 295 West Green Street, Pasadena, CA 91105, U.S.A.

DESCRIPCION:

El Proyecto Modelo de Planificación Familiar es un ejemplo de un enfoque integrado para la planificación familiar. El proyecto, que tuvo lugar en Irán entre junio de 1972 y junio de 1974, utilizó simultáneamente cinco medios para llegar a la población que se trataba de beneficiar: 1) clínicas públicas y privadas; 2) farmacias locales y centros de abastecimiento; 3) funcionarios médicos y paramédicos, en el campo de la planificación familiar; 4) agentes comunitarios que trabajan a tiempo parcial; y 5) medios de comunicación. Todas las facetas del programa se habían sometido a prueba con anterioridad, en los distritos de estudio de Najafabad y Shahreza, y estimularon, en distinto grado, la aceptación de la planificación familiar. Los diseñadores del proyecto buscaban la mejor combinación de sus distintos componentes.

El programa Nacional de Planificación Familiar de Irán, que fue iniciado en 1967, y el Proyecto de Comunicaciones de Isfahan, que comenzó en agosto de 1970, prepararon el camino para el Proyecto Modelo. En el segmento de planificación familiar del Proyecto de Comunicaciones, que duró ocho meses, se utilizaron la radio, películas, exposiciones, el correo, folletos, banderines, la prensa y anuncios en revistas, y una furgoneta que proporcionó información familiar a fin de crear nuevas demandas para servicios de planificación. Al mismo tiempo, el *General Functionary Project* (Proyecto Funcional General) promovió las metas del Proyecto de Comunicación, educando a un número seleccionado de miembros del grupo beneficiario en: los aspectos socioeconómicos del crecimiento demográfico, los beneficios de la planificación familiar y el uso de los métodos anticonceptivos.

Algunos representantes de agencias gubernamentales y semigubernamentales (The Red Lion and Sun Association, The Imperial Organization for Social Services, y otras) trabajaron en íntima colaboración con el personal del Proyecto Modelo, en la organización de 20 centros de colocación de dispositivos intrauterinos y de 49 centros de distribución de píldoras y condones en 41 pueblos.

RESULTADOS:

En general, se ha considerado que el *Proyecto Modelo de Planificación Familiar* fue un éxito: el número de mujeres casadas entre los 15 y los 44 años de edad que utilizaron métodos anticonceptivos aumentó de un 6 a un 21 por ciento entre junio de 1972 y junio de 1974. Las tasas de abandono (23 por ciento para las usuarias de dispositivos intrauterinos y 20 por ciento para las usuarias de píldoras) resultaron ser bastante elevadas, pero los efectos motivacionales y educativos del proyecto, al parecer, también fueron alentadores. Casi todas las mujeres que participaron en el estudio (96 por ciento) conocen la existencia y disponibilidad de los anticonceptivos, y un 48 por ciento han probado, al menos un método.

De acuerdo con los evaluadores, el personal médico y paramédico fue el que mayor influencia tuvo en la aceptación por parte de las mujeres de los métodos

anticonceptivos. El papel desempeñado por las comunicaciones de masa, en fortalecer la comunicación interpersonal — los mensajes recibidos por los amigos y familiares que, a su vez, los transmiten a las mujeres — continúa siendo una clave variable, aunque desconocida. Los estudios posteriores no fueron diseñados para medir la eficacia de las películas, folletos, anuncios breves por radio, y anuncios en revistas y periódicos en términos de lograr apoyo para el Proyecto Modelo o para el propio mensaje.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se buscó la colaboración de los agentes de la comunidad local — maestros de escuela, líderes de los pueblos, parteras locales, agentes de divulgación agrícola, barberos, agentes de alfabetización y conductores de taxi — con el fin de aumentar el número de personas que aceptaran las píldoras, condones y dispositivos intrauterinos. Estos agentes, la mayoría de ellos voluntarios, reclutaron solamente a un 20 por ciento de los nuevos usuarios de los métodos anticonceptivos, pero el apoyo y credibilidad que dieron al programa fueron esenciales para su éxito.
- Todos los mensajes transmitidos a través de los órganos de difusión se concentraron en dos preguntas: "¿Qué es mejor, tener dos o tres niños?" y "¿Qué método es mejor, el dispositivo intrauterino, la píldora, o el método permanente?"
- Durante la campaña a través de los medios de difusión, un equipo, patrocinado por la UNESCO, proyectó la película: *Mass Media and the Field Worker* que trata sobre la manera en que los medios de difusión reforzaban la comunicación interpersonal en esta actividad. Se pueden obtener copias de esta película dirigiéndose a: Division of Development Application of Communication, UNESCO, 7, place de Fontenoy, 75700 Paris, France.

REFERENCIAS:

"The Model Family Planning Project in Isfahan, Iran," Roy C. Treadway, Robert W. Gillespie, and Medhi Loghmani, *Studies in Family Planning*, Vol. 7, No. 11, New York, New York, noviembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LA CAMPAÑA DE PLANIFICACION FAMILIAR *(HAVE A HEART)* TENGAN CORAZON

Jamaica

BENEFICIARIOS:	**Hombres y mujeres en edad reproductiva de Jamaica**
OBJETIVO:	**Convencer a la población del efecto que puede tener la planificación familiar sobre la calidad de la vida y destruir o rechazar la creencia de que la fecundidad es una muestra o imágen de virilidad o feminidad**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio y la prensa**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La Junta Nacional de Planificación Familiar**
DURACION:	**El programa fue instituído en 1975 y continúa aun**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Norma Soas, National Family Planning Board, 5 Sylvan Avenue, P.O. Box 287, Kingston 5, Jamaica**

DESCRIPCION:

La Campaña de Planificación Familiar, Have a Heart, (Tengan Corazón), fue establecida cuando el Gobierno de Jamaica comprendió que era necesario fortalecer su programa de planificación familiar a fin de controlar la escasez de alimentos, el hacinamiento, el subempleo y el desempleo. El proyecto complementó una serie de actividades patrocinadas por el gobierno iniciadas en 1970 para aumentar el conocimiento de los anticonceptivos y la receptividad de su uso. Si bien las campañas anteriores tuvieron temas como "Planifique su familia, mejore su vida" y "Muchacha, no tienes que quedar encinta", y hacían hincapié en los beneficios que la planificación familiar le ofrece al individuo, el proyecto *Have a Heart* subrayó otros aspectos y la inquietud por el futuro, así como el interés propio.

La parte correspondiente a la información pública de la campaña *Have a Heart* comenzó en 1975 con breves anuncios en la radio y la prensa destinados a familiarizar a la población del país con toda la gama de productos anticonceptivos; a fomentar el uso de la píldora y el condón en particular, y a crear una conciencia general del papel que la planificación familiar tiene en el desarrollo personal y nacional. En una serie de 34 transmisiones por radio, de cinco minutos de duración, titulada *Family Life Education* (Educación de la vida familiar), se trataron las funciones y estructuras de la familia, la nutrición, la importancia de la privacidad en el hogar y diez o doce otros temas relacionados con la familia.

En programas de radio posteriores se trató la vida sexual y la planificación familiar más explícitamente. Entre otras cosas, se informó a los radioyentes sobre la forma en que debían de seleccionar un método de control de la natalidad; sobre cómo explicar la reproducción y la anticoncepción a los niños, sobre el desarrollo del niño en el útero materno, sobre cómo obtener servicios de asesoramiento, y cómo evitar y detectar las enfermedades venéreas.

La fase actual de las actividades de divulgación, que complementan la campaña *Have a Heart*, gira en torno a los anuncios de toda una página en la prensa local. Las fotos y el texto refuerzan los mensajes anteriores, extendiendo la discusión de la planificación familiar a temas como el abuso de los niños y la fisiología de la reproducción humana, y generan miles de solicitudes de información.

RESULTADOS:

Nueve meses después del comienzo de la campaña, se promulgó un sistema viable de comercialización de anticonceptivos con el cual se llegó a muchos hogares, que antes habían quedado al márgen de campañas previas de control de la natalidad. Las distintas marcas de anticonceptivos recomendadas y distribuídas por el proyecto no sólo captaron una buena parte del mercado, sino que las ventas de anticonceptivos en general alcanzaron altas cifras. Más aun, como resultado directo de la campaña, se estableció una Oficina de Asesoramiento (a la cual podían escribir, telefonear o venir las personas y solicitar consejo personal) en la Junta Nacional de Planificación Familiar.

El empleo por la campaña *Have a Heart* de los medios de difusión, constituyó tal éxito, que las actividades de la

Junta Nacional de Planificación Familiar, programadas hasta 1980, seguirán líneas análogas, ampliando el enfoque hasta incluir un uso más completo de los medios de comunicación basados en la comunidad.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE

- Los condones se comercializaron con el nombre de "Panther", mientras que los anticonceptivos orales se vendieron con el nombre de "Perla". Ambos productos se envasaron atractivamente y en su empaque se tuvieron en cuenta las ideas prevalecientes del papel que corresponde al varón y a la mujer.
- Se utilizaron anuncios comerciales típicos junto con anuncios breves por radio y materiales impresos que incorporaron discusión por parte de los usuarios.
- Para facilitar la difusión de la información, el personal encargado de la campaña identificó cuatro grupos de beneficiarios básicos: la "nueva generación", la "generación mal informada", los "líderes de la opinión", y los niños de edad escolar. Se estableció contacto con cada grupo, teniendo en cuenta sus características especiales.
- Más del 75 por ciento de los encuestados recientemente por el Instituto "Mass Communications" de la Universidad de las Indias Occidentales declaró haber aceptado la planificación familiar como un elemento positivo para el desarrollo de Jamaica.

REFERENCIAS:

"Jamaica's Family Planning Communication Program Now Based on 'Have a Heart'", *IEC Newsletter*, No. 25/26, East West Center, Honolulu, Hawaii, USA, 1977.

"Use of Community Media Resources in a Communication Enterprise", Norma Soas, Caribbean Food and Nutrition Institute, mimeo. J-113-76, Trinidad, septiembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

METODO DE ANALOGIA AGRICOLA PARA LA PLANIFICACION FAMILIAR

Filipinas

BENEFICIARIOS:	**Campesinos filipinos**
OBJETIVO:	**Introducir la planificación familiar entre los campesinos sin utilizar términos técnicos desconocidos para ellos**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Cuadros de hojas movibles, revistas cómicas, comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Instituto Internacional de Reconstrucción Rural (IIRR) con fondos procedentes de SCAIFE Charitable Family Funds, Communication Foundation for Asia (CFA) y Family Planning International Assistance (FPIA)**
DURACION:	**El proyecto comenzó a principios de 1974; actualmente está en vías de evaluación**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Dr. Juan Flavier, International Institute of Rural Reconstruction, Silang, Cavite Philippines; Dr. Hans Groot, IIRR**

DESCRIPCION:

El trabajo fundamental para la producción de los cuadros de hojas movibles y las revistas cómicas, utilizando el concepto de *Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar* fue realizado en 1974 cuando el Instituto Internacional de Reconstrucción Rural y la "Communication Foundation for Asia" decidieron utilizar fondos de la FPIA para desarrollar y producir conjuntamente materiales aptos para utilizarlos en relación con la educación en planificación familiar. Específicamente, convinieron en crear y someter a pruebas previas una serie de doce revistas cómicas y cuatro cuadros de hojas movibles con los que complementar el "método de analogía agrícola" para el aprendizaje.

El método de analogía agrícola propiamente dicho fue concebido hace algunos años por el Dr. Juan Flavier del IIRR, con fondos de SCAIFE, como medio de familiarizar a la población rural con nuevos conceptos sin necesidad de introducir términos que el pueblo jamás había escuchado. Los componentes principales de este método agrícola consisten en utilizar paralelismos o analogías sacadas del ambiente agrícola como medio de explicar nuevas ideas, en utilizar a la propia población rural para la formulación de estas analogías, en celebrar debates en grupos constituidos por siete a diez miembros cada uno para discutir las analogías, y en subrayar la importancia de la responsabilidad personal y comunitaria.

En los amenos materiales preparados como complemento del *Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar*, se subrayó el "por qué" de la planificación familiar, antes de explicar el "qué" y el "cómo". Las revistas cómicas, que se publican mensualmente y constan de 16 páginas cada una, contienen historietas que giran en torno a un tema agrícola único así como una porción central concebida de forma que se relacione el tema con la planificación familiar. En los cuadros de hojas movibles se presentan pares de ilustraciones, una para representar una actividad de planificación familiar, y otra para representar una actividad agrícola, unidas ambas por un rótulo o leyenda. Los paralelismos y temas específicos que se abarcaron fueron seleccionados cuidadosamente después de que el personal encargado del proyecto pasó una semana con los campesinos y pescadores a los que estaba dirigido el proyecto.

Después de concebidos y sometidos a prueba, los materiales fueron distribuídos a través de unos veinte centros rurales de salud de la provincia de Cavite. Se enviaron y distribuyeron 50.000 ejemplares de cada número de las revistas cómicas así como 200 juegos de 15 piezas de los cuadros de hojas movibles, con el fin de someter a prueba la noción de que mediante la distribución de los medios de divulgación al público en general era posible ampliar considerablemente la esfera de influencia de un agente de planificación familiar. También se trató de evaluar la forma en que la población rural aceptaba los órganos de difusión, el lenguaje y ejemplos con los que estaban familiarizados para la introducción de un tema que les era desconocido.

RESULTADOS:

De acuerdo con los informes preliminares del IIRR, las tasas de fecundidad entre las mujeres de Cavite han descendido como resultado del experimento en el que se emplearon analogías sacadas del medio agrícola para introducir los conocimientos sobre la planificación familiar. Aun cuando las tasas de fecundidad han descendido también entre las mujeres que fueron entrevistadas por los agentes de planificación familiar utilizando tácticas más convencionales, esa reducción fue mucho menos espectacular que la lograda con el grupo experimental.

Los órganos de difusión utilizados en la campaña fueron evaluados por entidades distintas. La firma J. Walter Thompson, una compañía publicitaria, celebró tres series de entrevistas en cuatro pueblos de Cavite para determinar el efecto que habían tenido las revistas cómicas. A raíz de la evaluación, se constató que estas revistas cómicas lograban transmitir conocimientos sobre la planificación familiar y sobre su forma de actuar y sus razones, pero ejercían poca influencia sobre las actitudes de las madres hacia su práctica. Se constató, además, que si bien las revistas cómicas transmitían el mensaje de planificación de la familia, su eficacia habría sido mayor si hubiesen incluido discusiones sobre los efectos secundarios que entraña el uso de los distintos modos de control de la natalidad. En su evaluación de los cuadros de hojas movibles, la Universidad de las Filipinas constató que dichos medios eran más efectivos que los dispositivos didácticos convencionales, para estimular el interés de la población rural y aumentar sus conocimientos sobre la planificación familiar.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- En intentos previos para enseñar la planificación familiar en las Filipinas, se empleó inglés hispanizado y palabras recién acuñadas, con lo cual se confundió y alienó a los participantes de esos programas.
- El uso de encabezamientos en verso aprovecha la gran afición de la población rural de las Filipinas por el *balagtasan* (debate en verso) y los *duplos* (pareados), dos formas de arte popular.
- El "método agrícola" fue sugerido inicialmente por una campesina en una conversación con el Dr. Flavier. "Ud. mencionó ovarios, ovo, útero; y sinceramente, esas palabras no significan nada para mí", dijo; "pero las entiendo en términos de porotitos verdes, cuyas semillas salen de la vaina y crecen en tierra fértil."
- Las analogías se derivaron de cuatro categorías: plantas, animales, artículos del hogar, y creencias.

REFERENCIAS:

"Agricultural Approach to Family Planning". Demetrio M. Maglalang, Communication Foundation for Asia, Manila, Philippines, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LOS HIJOS DE MI HERMANO

Nigeria

BENEFICIARIOS:	**Habitantes urbanos relativamente afluentes entre los nueve millones de Yorubas de los estados del Occidente y de Kwara**
OBJETIVO:	**Fomentar la planificación familiar, presentándola en el contexto de la cultura indígena tradicional**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Películas, materiales impresos y comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Consejo de Planificación Familiar de Nigeria; Federación Internacional de Planificación Familiar**
DURACION:	**Concebido y ejecutado en 1971**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**W. Ogionwo, Family Planning Council of Nigeria, P.O. Box 12657, Lagos, Nigeria; International Planned Parenthood Federation, 18/20 Lower Regent St., London SW1Y4PW, England**

DESCRIPCION:

En 1971 el Consejo de Planificación Familiar de Nigeria se asoció a la Federación Internacional de Planificación Familiar para patrocinar un programa de educación en planificación familiar, cuyo exponente principal lo constituiría una película. Luego de consultar entre sí, los dos organismos decidieron dirigir la campaña hacia los pueblos Yoruba, debido a que los materiales educativos debían formularse teniendo en cuenta las costumbres regionales y culturales específicas de la tribu, para lograr el impacto deseado entre el público. Otros dos factores que influyeron en la selección de dichos beneficiarios fueron la presencia prolongada del Consejo en el territorio de Yoruba y el éxito de sus servicios clínicos e instalaciones en Kwara y en el estado Occidental.

Ambas organizaciones contrataron los servicios de una compañía cinematográfica comercial de Gran Bretaña para producir la película "Los hijos de mi Hermano" (*"My Brother's Children"*). Dicha compañía, a su vez, subcontrató a otro organismo para efectuar una encuesta básica de las opiniones de los pueblos Yoruba sobre el papel aceptable que pueden desempeñar las mujeres, las estructuras familiares, y el tamaño de las familias. Con base en esta encuesta, los investigadores llegaron a la conclusión de que los miembros mayores de las familias (se trata de familias más extendidas que nucleares) determinan las actitudes y el comportamiento de la misma; que los miembros de la familia asumen la responsabilidad por su bienestar; que las esposas ocupan una posición inferior y dependiente de los intereses de sus esposos; que las mujeres contribuyen en forma sustancial, aunque errática, a la economía de la familia; que los hombres tienden a medir su virilidad en términos del número de hijos que sus esposas traen al mundo, y que la reducción de la poligamia en Nigeria (con la acostumbrada separación de los hombres de sus esposas mientras éstas amamantan a sus hijos) ha afectado adversamente los esfuerzos para controlar la población.

Cuando concluyó la preparación del guión, los productores colaboraron con dos especialistas Yorubas —uno de los cuales es un actor de renombre— en la elaboración del libreto final. Luego una compañía profesional local filmó la versión pulida de la obra en una comunidad Yoruba. Finalmente, en base a las respuestas obtenidas luego de una presentación de prueba, se editó la película.

La publicidad lanzada con anticipación incluía informes periodísticos, entrevistas para la radio y una trasmisión televisada de la misma. Cuando se distribuyeron 34 copias de la película durante la Semana de la Planificación Familiar, en diciembre de 1971, se presentaron dos versiones del guión en forma de historietas cómicas. Tanto la película como las historietas se publicaron en inglés y en Yoruba. Otros tipos de publicidad incluyeron afiches, carteles, y la información trasmitida directamente por el personal de campo del programa nigeriano de planificación familiar.

De manera típica, la película se exhibía en una clínica de planificación familiar y era seguida por un debate bajo la dirección de uno de los trabajadores de campo. Dicha persona luego estimulaba a los asistentes a expresar sus opiniones sobre la película para luego

pasar a formular planes de acción en base a dichas reacciones. Otras exhibiciones de la película, tanto en Nigeria como fuera del país, fueron ante grupos compuestos de estudiantes universitarios, personas que participan en programas de desarrollo, personal médico y empleados de gobierno.

RESULTADOS:

Un sociólogo nigeriano encargado de estudiar la validez del medio de difusión y del efecto causado por los mensajes llevó a cabo una evaluación de la película "Los Hijos de mi Hermano". Se le pidió que comparara la efectividad de la película por sí sola con la del resto de los programas educativos. Para llevar a cabo dicho estudio, el sociólogo identificó a dos comunidades demográficamente comparables de tribus Yoruba con acceso relativamente fácil a centros urbanos; una de las comunidades rurales serviría de sede al experimento y la otra de control. Después de distribuir cuestionarios en ambas comunidades y de exhibir la película en una, el investigador midió la capacidad de retención del público vidente, los cambios de actitud y la aceptación del mensaje en la película.

El sociólogo concluyó que la película casi no había afectado las actitudes de los que la vieron —un resultado verificado por los especialistas en el campo que la usaron cada vez menos después de la oleada inicial de exhibiciones. Una posible explicación del por qué no se logró cambiar la actitud de las personas mediante el uso de la película podría ser el carácter extraño del medio y del equipo usado para exhibirla, la complejidad del mensaje incluido en la misma, la presentación distorsionada de algunas costumbres locales y la falta de receptividad entre los nigerianos ante cualquier mensaje que pueda considerarse como negativo o como una amenaza.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se escogió la película como medio principal para esta campaña porque podía incluir la oratoria del tradicional drama didáctico Yoruba, pero a diferencia de otros medios dramáticos no estaba asociada con los mensajes y los ritos sobre la fertilidad o la virilidad.
- Con el fin de reducir al mínimo la posibilidad de que los videntes pudieran encontrar autoritaria o "sermoneadora" la película, no se permitió que el personaje principal fuera objeto de burlas. Para evitarlo, este personaje actuó de narrador y relató la historia de la fecundidad irresponsable y descontrolada de su hermano.
- El actor principal de la película, Kola Ogunmola, obtuvo una copia de la misma y la incluyó entre sus representaciones personales.
- Se seleccionó una audiencia urbana bajo la suposición de que sería la más receptiva. Se consideró que las parejas urbanas serían más ecuánimes en términos de toma de decisiones y estarían más dispuestas a comprender que el cambio es necesario, que debe experimentarse con nuevas costumbres y que, a diferencia de las parejas campesinas, no contarían con los niños para que les proporcionaran fuentes adicionales de ingresos.
- Algunos videntes consideraron que la película no era muy realista, como por ejemplo, cuando uno de los venerables ancianos de la comunidad aparecía dando largos consejos a una novia, en lugar de darle su bendición en la ocasión de su boda.

REFERENCIAS:

"Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches,", IEC Broadsheet No. 8, Judy el -Bushra and Susan Perl, International Extension College and International Planned Parenthood Federation, 1976.

"Family Planners Find Tradition and Child Mortality Barriers to Acceptance of Programs in Rural Nigeria," *World Education Reports*, No. 8, enero de 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

EL PROYECTO *JAMU*

Indonesia

BENEFICIARIOS:	Hombres en edad fecunda de Java y Bali
OBJETIVO:	Fomentar la aceptación de conceptos de planificación familiar y la venta de condones
MEDIOS DE DIFUSION:	Programas radiales, material impreso y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS); World Neighbors; Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
DURACION:	Desde 1974 hasta el momento presente
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS), Jakarta, Indonesia; Lukas Hendrafta y David Piet, Council of Churches in Indonesia, P.O. Box 2357, Jakarta, Indonesia

DESCRIPCION:

En 1972, el Consejo Nacional para la Coordinación de la Planificación Familiar en Indonesia (BKKBN) decidió fomentar las tareas de planificación familiar en Java y Bali, ejecutando sus labores fuera del ámbito de la red de clínicas, dirigidas por profesionales de la medicina, en cada una de las cuales se atiende a un máximo de 35.000 personas. En esta decisión quedaban reflejadas dos hipótesis: que las clínicas existentes no podían atender en forma adecuada las necesidades de una clientela tan voluminosa, y que las labores relativas a la planificación familiar deberían formar parte de las tendencias culturales generales.

La segunda de estas hipótesis, unida a informes sobre el éxito de programas conexos en otros lugares del mundo en desarrollo, llevó a los planificadores a considerar la comercialización de condones a través de un sistema comercial establecido para la distribución de medicamentos. Los programas de planificación familiar de la India, Sri Lanka y Kenia habían utilizado ya en forma satisfactoria sistemas de distribución comercial. Sin embargo, en cada uno de estos casos se había ideado un nuevo sistema de distribución destinado especialmente a la distribución de anticonceptivos. La "Prosperous Indonesia Foundation" contemplaba, por el contrario, una labor de distribución comercial integrada a una red conocida y establecida.

La YIS seleccionó para participar en este proyecto a un solo productor de *jamu*, nombre que hace referencia a un tipo de hierba medicinal tradicional todavía empleada en forma generalizada en Indonesia. La mitad de los medicamentos del productor de *jamu* que fue escogido para participar en el programa son curas para problemas de salud. La otra mitad de la línea de productos se compone de artículos relacionados con el sexo (cosméticos y artículos que supuestamente aumentan el deseo sexual y el rendimiento). Se esperaba que la asociación de la salud con el amor y la sexualidad ayudaría a interesar en la planificación familiar a aquellos hombres que rara vez se acercan a las clínicas de planificación familiar.

El *Proyecto Jamu* utilizó varios medios de difusión. En programas radiales había cuñas que anunciaban una pócima para la virilidad ("Tome [illegible]KHOT" "sexo ardiente") seguidas por una invitación a "usar los KARET KB" (los condones distribuidos como parte del proyecto) ... "Disfrute plenamente y demuestre su virilidad mientras brinda placer a su pareja y la protege de embarazos no deseados." Los afiches y folletos utilizados por la YIS para la promoción contienen un mensaje sobre planificación familiar y muestran a una familia feliz y saludable, con dos hijos. En cada paquete de condones se incluyen instrucciones ilustradas para su uso.

La actitud del vendedor de productos *jamu* hacia el comprador ha sido descrita como amistosa y personal. Para vender sus artículos la mayoría de los vendedores de *jamu* se valen de charlas informales con sus posibles clientes.

RESULTADOS:

Desde 1974, la venta de condones ha promediado menos de 1.000 gruesas al mes, cifra que la Comisión

Internacional para Investigaciones Aplicadas en Materia de Población ha juzgado como "muy por debajo del nivel necesario para alcanzar la autosuficiencia del programa." Sólo un 40 por ciento, aproximadamente, de los vendedores minoristas de *jamu* vendían KARET KB en el mes de setiembre de 1975. Por consiguiente, con el fin de mejorar las ventas y fomentar el entusiasmo en el producto, el *Proyecto Jamu* emprendió una intensa campaña publicitaria entre octubre de 1975 y marzo de 1976. Tan solo en los meses de octubre a diciembre, 100 emisoras radiales difundieron más de 50.000 cuñas al respecto.

A raíz de la propaganda intensiva, se informó que las ventas mensuales habían aumentado a más de 1.500 gruesas y que el porcentaje de minoristas dedicados a la venta de los condones había subido del 40 al 49 por ciento. No obstante, al finalizar la campaña, las ventas descendieron a su antiguo nivel. De un total de 625 minoristas entrevistados recientemente en Jakarta, el 70 por ciento considera que el precio bajo y subvencionado del producto (y las consiguientes sospechas de mala calidad) constituyen una importante barrera que obstaculiza el aumento en las ventas. Sin embargo, los hechos en otros países demuestran que los condones subvencionados se venden bien si cuentan con el respaldo de una campaña publicitaria sostenida. Por ende, los directores del proyecto están investigando la posibilidad de lanzar una campaña de este tipo.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El esquema para la comercialización de *jamu* fue el primer proyecto respaldado por la Prosperous Indonesia Foundation (YIS), organización privada establecida por ley en febrero de 1974 con el propósito de "aumentar el bienestar del pueblo indonesio mediante la ejecución de programas en los campos de la salud, población y desarrollo comunitario."
- Al escoger a una compañía bien arraigada y de mucho éxito para comercializar los condones, el personal del *Proyecto Jamu* mantuvo bajos los costos de distribución, pero también perdió forzosamente cierto poder decisorio: los empleados de la compañía consideran que saben mucho más que el personal del proyecto sobre técnicas de comercialización y no se sienten obligados a recibir consejos de parte de novatos.
- Tradicionalmente, el *jamu* era preparado únicamente por *dukuns* (herbolarios) locales, conforme a recetas tradicionales. Hoy en día, los grandes productores de *jamu* son organizaciones modernas cuyas ventas alcanzan promedios de millones de dólares al año.
- Los puntos para la distribución final de los productos *jamu* son vendedores callejeros, camionetas para la venta ambulante y puestos a la orilla de los caminos.
- Se dice que la expresión "Usted es un vendedor de *jamu*" significa "Usted habla mucho".
- Los planificadores consideraron que la relación de tipo "cantinero" que el vendedor de *jamu* trata de establecer con sus posibles compradores puede ser más eficaz que la educación más convencional e inhibitoria que imparten las clínicas con miras a interesar a los hombres en la planificación familiar.

REFERENCIAS:

"*Jamu* and KARET KB," *Information, Education Communication in Population*, No. 21/22 East-West Center, Honolulu, Hawaii, 1975.

"Advertising Aids Condom Sales", *ICARP Bulletin*, No. 1, setiembre de 1978.

"KARET KB and *Jamu:* An Integrated Approach to Condom Marketing," *International Development Review*, Volume 4. David L. Piet y Lukas Hendrata, 1974.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1979

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION DE CONTRACEPTIVOS *PREETHI*

Sri Lanka

BENEFICIARIOS:	**Poblacion de Sri Lanka en edad reproductiva, (aproximadamente cinco millones de personas)**
OBJETIVO:	**Poner a prueba la eficacia de las prácticas normales de comercialización mediante una extensa distribución de condones, con el fin de incrementar el número de parejas que practican la planificación familiar**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La prensa, la radio, el cine, diapositivas, material impreso y la comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF); Asociación de Planificación Familiar de Sri Lanka (FPASL); y Servicios de Población Internacional (PSI)**
DURACION:	**Se inició en 1973, y aún continúa**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Family Planning Association of Sri Lanka, Buller's Lane, Colombo 7, Sri Lanka; S.O.N. Hapugalle, 10/12 Vidyala Place, Colombo, 10, Sri Lanka; T.D.J. Louis, Population Services International, 16 Aloe Avenue, Colombo, 3, Sri Lanka**

DESCRIPCION:

El *Programa de Comercialización de Preethi* se lanzó para ayudar a controlar el crecimiento demográfico de Sri Lanka, facilitándole a la población el acceso a los contraceptivos. La Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF) encargó a los Servicio de Población Internacional (PSI) la iniciación de un programa de comercialización de contraceptivos en Sri Lanka, que contaría con la colaboración de la Asociación de Planificación Familiar de Sri Lanka (FPASL). La meta del programa consistía en demostrar que las técnicas de comercialización podrían aumentar en gran medida el número de parejas que utilizan métodos contraceptivos modernos y confiables, y, asimismo, que el costo por unidad podría ser igual o mas bajo que el de los programas que funcionan por medio de clínicas.

Antes del establecimiento del programa, el PSI llevó a cabo un estudio de factibilidad para determinar que país mas se prestaba para demostrar el potencial de la comercialización social de contraceptivos. Cinco países se consideraron apropiados para este propósito, (Bangladesh, Sri Lanka, Indonesia, Malasia y Samoa Occidental). El criterio principal para la selección de Sri Lanka fue la existencia de (a) un sistema eficaz de comunicaciones nacionales; (b) un alto nivel de alfabetismo (definido como la habilidad de leer y escribir un párrafo sencillo); (c) una buena infraestructura de locales comerciales; (d) una politica gubernamental hospitalaria; y (e) una alta proporción de parejas casadas en la economia de castas.

El programa se inició en mayo de 1973. Durante los primeros seis meses, un equipo administrativo de dos personas del PSI que contaba con la ayuda a tiempo parcial de un consultor en mercadotecnia de Sri Lanka, diseñó el plan de operaciones y encargó a instituciones sociales y a compañías privadas locales la preparación de estudios de mercado, la distribución, la realización de campañas publicitarias y la impresión de materiales. La oficina de evaluación de la IPPF colaboró con la administración del PSI en el diseño de los métodos de evaluación, y al mismo tiempo, el PSI se encargó del control, revisión y evaluación del programa.

El primero de octubre de 1973, se inició la distribución a nivel nacional y la promoción por medios masivos. Se planeó que la introducción del programa llevaría dos años—el tiempo requerido en Sri Lanka para afianzar un nuevo producto dentro de los sistemas de distribución obtener aceptación por parte de los minoristas, efectuar las modificaciones de distribución y llegar al usuario principal. Se previó que durante el período posterior a la introducción se obtendriá la aceptación por parte de segmentos adicionales de la pobalción fertil. Durante el primer mes del período de introducción, 3.177 minoristas adquirieron mas de medio millón de condones marca *Preethi* que luego eran vendidos por vendedores viajantes de la firma distribuidora.

Durante dicho período se utilizaron tres diferentes niveles de educación y publicidad, a saber: (1) la

promoción por todos los medios de las ventajas que ofrecían los productos *Preethi*, dirigida al grupo elegido como objetivo o beneficiario, principalmente por medio de la prensa, la radio, el cine y la exposición de los productos en los lugares de venta; (2) la educación y motivación de los comerciantes que vendían los *Preethi* mediante visitas, muestras y folletos; y (3) mediante una campaña por correo, se suministró información sobre el programa a 4.500 personalidades selectas con el proposito de obtener su aprobación del programa, el método empleado y la marca del producto.

Al 31 marzo de 1975 (18 meses despues de comenzar el período de introducción) ya se habían distribuido casi 5.9 millones de condones, de los cuales 5.6 millones fueron vendidos a mas de 4,000 minoristas, 114,000 fueron vendidos por correo y 124,000 fueron distribuidos como muestras gratis. La venta por correo comenzó en enero de 1974 y casi el 2 por ciento de las ventas efectuadas entre octubre de 1973 y fines de marzo de 1974 se efectuaron de esta manera.

RESULTADOS:

El éxito obtenido con el Programa de Comercialización de los Contraceptivos *Preethi* hace que se recomiende la inclusión del condon en los programas de métodos múltiples. El uso del condon ha mejorado la protección que ofrece el método del ritmo y ha suministrado una alternativa confiable para aquellas personas que descontinuan el uso de la píldora o del dispositivo intrauterino. El programa para la distribución de los condones *Preethi* ha logrado aumentar el número de practicantes de la planificación familiar de una manera rápida y a un bajo costo por unidad.

Se anticipa que el futuro del programa será alentador. En 1977, en una conferencia celebrada en Túnez, sobre la "Disponibilidad de los contraceptivos en las aldeas y en el hogar", el Sr. S.D.N. Hapugalle (Director del programa *Preethi* desde junio de 1975) informó que las ventas de condones *Preethi*—que ascendieron a un promedio de 300,000 unidades mensuales durante los primeros dos años—habían alcanzado un nivel superior a las 500,000 unidades mensuales al finalizar el tercer año después de la introducción inicial. En 1976, el consumo per cápita de condones *Preethi* llegaba a 0,5, o sea, cinco veces el nivel alcanzado en 1973.

La aceptación del producto *Preethi* por parte del 8 por ciento de las parejas en edad fértil de Sri Lanka, durante el primer año del programa, (a un costo de únicamente US$2.16 por participante) y el incremento en un factor de cinco observado en la utilización anual per cápita de este contraceptivo; sugieren que los que establecen las políticas en los países en vías de desarrollo debieran considerar una utilización mas difundida de la comercialización social para mejorar la planificación familiar. Además, con este modelo de comercialización generalmente se logran precios mas bajos por unidad con el pasar del tiempo. Este aspecto podría ser de interés al introducir programas similares en los cuales el costo constituye un factor importante.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- *Preethi* significa felicidad tanto en Sinhala como en Tamil, los dos idiomas que predominan en Sri Lanka.
- En mayo de 1975, el PSI le entregó la administración del programa al director de proyectos asignado por la IPPF, quien anteriormente fue director ejecutivo de la FPASL. En aquel momento el programa estaba totalmente dotado de personal de Sri Lanka.
- Uno de los aspectos esenciales del programa fue la utilización de una cadena existente de minoristas en todo el país para la distribución de *Preethi* al mayor número de parejas en edad fértil en el menor tiempo posible. El empaque y la distribución del producto importado estuvo a cargo de Reckitt y Colman (Ceylan) Ltd., firma minorista bien establecida de diversos productos de uso doméstico.
- En 1977, se informó que a pesar de que la radio constituía el medio de mayor alcance, no podía utilizarse por estar prohibida la propaganda de contraceptivos que incluya la marca de fábrica. Las ventas podrían haber aumentado en gran medida si hubiese estado disponible este medio de difusión. No obstante, el director del programa ha ofrecido pláticas por radio, durante las horas de mayor audiencia, sobre temas como "Planificación para el Progreso", "El Desarrollo Nacional y la Población", "Las Comunicaciones y el Desarrollo" y "La Comercialización Social".
- El Director del programa se reune mensualmente con los distribuidores y empleados de las agencias de publicidad para estudiar el progreso alcanzado y asegurar el logro de los objetivos del programa.

REFERENCIAS:

"Measuring the Effectiveness of Contraceptive Marketing Programs: *Preethi* in Sri Lanka, " John Davies and Terence D. J. Louis, *Studies in Family Planning* Vol. 8, No. 4, abril de 1977.

International Planned Parenthood Federation (IPPF) Report to Donors, 1974.

"Planned Parenthood and Community Based Distribution - Sri Lanka Model," presentado en una conferencia sobre "Disponibilidad de contraceptivos en las aldeas y en el hogar", auspiciado por The Battelle Population Study Centre y la Oficina Nacional de Planificación Familiar y Población de Túnez, Lt. Col. Denis Hapugalle, marzo de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1979

PROGRAMA DE PLANIFICACION FAMILIAR — *APROFAM*

Guatemala

BENEFICIARIOS:	**Población ladina e indígena de Guatemala, particularmente en las zonas rurales**
OBJETIVO:	**Incrementar los conocimientos y el uso de prácticas de planificación familiar, especialmente entre poblaciones rurales y étnicamente diferentes del país**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, televisión, carteles, anuncios en la prensa, materiales impresos y comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La Asociación Pro-Bienestar de la Familia (APROFAM), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (AID) y el "Pathfinder Fund"**
DURACION:	**El Programa de Información, Educación y Comunicación (I-E-C) de APROFAM comenzó en 1976, y aún continúa**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Sr. Roberto Santiso, Director Ejecutivo de APROFAM, Apartado Postal 1004, Guatemala City, Guatemala; Dr. Jane Bertrand, 7722 Panola St., New Orleans, La. 70118, U.S.A.**

DESCRIPCION:

Durante 1977-78, la Asociación Pro-Bienestar de la Familia (*APROFAM*) —asociación privada guatemalteca, dedicada a actividades de planificación familiar— llevó a cabo un programa de información sobre planificación familiar que abarcó todo el territorio nacional, mediante la utilización de todos los medios masivos y la comunicación interpersonal y se extendió a las comunidades ladinas e indígenas, especialmente en las zonas rurales. Guatemala cuenta con una población de casi siete millones de personas de las cuales una mitad corresponde a ladinos de habla española y la otra a los indígenas o indios. Ambas poblaciones difieren en gran medida en cuanto a aspectos tales como disposición para aceptar cambios, lenguas tradicionales, manera de vestirse, nivel de vida y cultura. La campaña de información sobre planificación familiar se basó en un estudio realizado en ciertas zonas rurales que *APROFAM* efectuó en 1976, con el propósito de establecer las diferencias entre los grupos ladinos e indígenas en relación con sus conocimientos, aceptación y prácticas de planificación familiar. Los resultados de dicho estudio demostraron que la aceptación real y potencial del concepto, así como el interés en obtener mayor información al respecto, eran mayores entre la población ladina más "occidentalizada". Sobre la base de estos resultados, *APROFAM* diseñó un programa de Información, Educación y Comunicación (I-E-C) que abarcaba ambos grupos rurales, y pondría especial énfasis en llegar a la población indígena menos asequible.

Los mensajes por la radio—medio esencial del programa I-E-C—fueron puestos a prueba entre los miembros de las poblaciones seleccionadas. Los mensajes radiales dirigidos a los ladinos se prepararon en español e incluían información explícita sobre la manera de obtener servicios de planificación familiar. Los mensajes dirigidos a la población indígena fueron traducidos a dos de las cuatro lenguas principales (Quiché y Kekchí) y se comentaban en los aspectos más elementales, tales como el hecho de que la planifiación familiar existe, es voluntaria, es reversible y puede redundar en beneficio de la familia. Se diseñó un juego de cuatro afiches dirigido a la población indígena y aunque en ellos figuraban familias que vestían trajes típicos, el mensaje fue escrito en español. Un afiche dirigido a la población ladina recalcaba la importancia de la comunicación entre marido y mujer. Otros componentes de la campaña consistieron de un mensaje televisado una vez a la semana durante cinco meses y dirigido a la población dirigente del país; un folleto simplificado sobre el contraceptivo de uso más común, diseñado para el público de escasos conocimientos; además de anuncios ocasionales en la prensa, con la intención de contrabalancear cualquier crítica periodística y fomentar la utilización de métodos de planificación familiar.

Conjuntamente con estas actividades de comunicación, *APROFAM* auspició varios proyectos comunitarios de distribución que sirvieron como vehículo para llevar a

cabo actividades de comunicación interpersonal, tales como pequeños grupos de discusión, visitas domiciliarias y reuniones públicas. Estas actividades del I-E-C, sin embargo, no estaban previstas para cubrir a un gran porcentaje de la población beneficiaria, como era el caso de los medios masivos.

RESULTADOS:

A mediados de 1978, *APROFAM* llevó a cabo una encuesta complementaria de investigación, en colaboración con el Community and Family Study Center de la Universidad de Chicago, con el propósito de obtener retroalimentación sobre las actividades del I-E-C y determinar si los cambios previstos se habían efectuado en los dos sectores de población a ser beneficiados. Las diferencias étnicas en relación a la planificación familiar puestas en relieve en el estudio de *APROFAM* de 1976, fueron subrayadas en base a la encuesta de 1978. Los resultados mostraron que, al finalizar el período de dos años, hubo un aumento considerable en el conocimiento y las prácticas de planificación familiar por parte de los ladinos en estudio. Por el contrario, entre los indígenas, aunque se notó una marcada disminución en la oposición a la planificación familiar, no hubo mejoras en cuanto al conocimiento de métodos específicos y el uso de contraceptivos permaneció casi en cero. Un porcentaje mucho mayor de ladinos que de indígenas había estado expuesto al concepto de la planificación familiar a través de uno o más medios masivos o canales interpersonales, y los ladinos recordaban con mayor facilidad las palabras de los mensajes (específicamente aquellos transmitidos por la radio), repitiendo, en algunos casos de memoria, las formas o las frases publicitarias. Entre los ladinos, el uso de contraceptivos era mayor por parte de los que habían escuchado los mensajes; y, de igual modo, la comunicación informal entre ellos mismos acerca de la planificación familiar aumentó a través de los medios de difusión y los canales de comunicación interpersonal. En el caso de la población indígena, esta relación existió únicamente en lo tocante a canales interpersonales.

El 96,3 por ciento de los ladinos que habían escuchado los mensajes radiales de planificación familiar aprobaron los mismos y el 100 por ciento de los que habían visto un mensaje televisado tenían preferencia por el tema y el método de comunicación. Solamente un 60 por ciento de los indígenas estaban de acuerdo con la difusión de mensajes por la radio; ninguno de ellos había visto el mensaje televisado. Un 81,4 por ciento de los ladinos deseaban mayor información sobre la planificación de la familia, lo que sucedía únicamente con un 37,4 por ciento de los indígenas, cuya principal objeción era de índole religiosa.

Del resultado de la investigación se desprenden varias sugerencias, algunas de las cuales tendrán consecuencias directas sobre un proyecto piloto que ha sido iniciado recientemente en regiones indígenas. A medida que las actividades del I-E-C pierdan su aplicabilidad entre las poblaciones indígenas, se hará necesario desarrollar nuevas estrategias y métodos; a saber: 1) la ejecución de cuidadosas pruebas preliminares de la aceptación y comprensión de los mensajes y el material, basado en la comprensión de las necesidades y motivaciones de los indígenas; 2) la utilización de enfoques diferentes —quizás menos directos— que contengan información menos explícita sobre planificación familiar, presentados en combinación con otros temas que los indígenas consideren de interés directo, (por ej.: salud infantil, nutrición); y 3) un mayor uso de las comunicaciones interpersonales, dado el carácter íntimo que el tema supone para los indígenas y la mayor necesidad de establecer un cierto grado de confianza entre el que da y el que recibe el mensaje.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se estableció el programa de distribución comunitaria para aumentar la disponibilidad de contraceptivos a bajo costo y eliminar algunos de los problemas asociados con un sistema exclusivamente basado en clínicas, tales como un horario limitado para ofrecer servicios de planificación familiar, las distancias, y el costo que suponen los viajes. El empleo de un distribuidor indígena, además, reduciría la desconfianza que le inspiran a los indígenas los empleados ladinos de las clínicas. Otro modelo de distribución comunitaria que se está iniciando entraña el empleo de promotores de planificación familiar para trabajar con varios grupos agrícolas que han expresado interés en establecer programas de planificación familiar para sus trabajadores.
- Como resultado del estudio se lograron disipar ciertas ideas estereotipadas sobre la planificación familiar en América Latina. Los católicos, por ejemplo, no eran menos reacios que otros en cuanto a conocer, aceptar y practicar la planificación familiar, aunque la gente de cualquier secta, que se consideran como "muy religiosos", eran mucho más reacios que los menos religiosos en los tres aspectos. Asimismo, es posible que tanto los hombres como las mujeres hayan oído hablar del tema, lo acepten y deseen obtener más información. Finalmente, en vez de ser la gente joven la más receptiva, se determinó que el interés y la práctica de la planificación familiar era mayor entre las personas de 30 a 34 años, y que en las personas mayores o menores que las de este grupo había menos tendencia a conocer o a utilizar contraceptivos.

REFERENCIAS:

Communicating Family Planning to Rural Guatemala, por Jane T. Bertrand, María Antonieta Pineda, y Fidel Enrique Soto. Asociación Pro-Bienestar de la Familia, Guatemala; y el "Community and Family Study Center," de la Universidad de Chicago, 1978.

"Ethnic Differences in Family Planning Acceptance in Rural Guatemala," por Jane T. Bertand, María Antonieta Pineda, y Roberto Santiso G., *Studies in Family Planning*, Vol. 10, No 8/9, agosto/setiembre 1979.

"A Research-Based System for Improving Family Planning Adoption: The Guatemala Study," por Jane T. Bertrand y Donald J. Bogue, en *Intercom*, Vol. 5, No 1, enero de 1977.

"Communicating Family Planning to Rural Guatemala," reseña en *Development Communication Report*, No. 27, julio de 1979.

Clearinghouse on Development Communication
Setiembre de 1979

INTENTIONALLY
LEFT BLANK

EL HOMBRE ES SALUD *(MTU NI AFYA)*

Tanzanía

BENEFICIARIOS:	**Aproximadamente un millón de adultos, habitantes de pueblos**
OBJETIVO:	**Proporcionar a esos adultos información básica sobre enfermedades, su control y la relación existente entre el medio ambiente y la salud**
MEDIOS DE DIFUSION:	**La radio, aparatos de cassette, materiales impresos, comunicación interpersonal, cuadros de hojas movibles, y carteles o afiches**
DONANTES-PATROCINADORES:	**El Gobierno de Tanzanía con el apoyo de la Oficina Sueca para el Desarrollo Internacional**
DURACION:	**El programa fue concebido en 1971, se desarrolló en 1972 y se llevó a cabo en 1973**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**C. Zikambona, Planning and Research Department, Institute of Adult Education, University of Dar es Salaam, Dar es Salaam, Tanzania; Budd L. Hall, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Ave., Toronto, Canada M5R 1B2**

DESCRIPCION:

El proyecto *El Hombre es Salud* se concibió a finales de 1971 como una campaña en gran escala, destinada principalmente a educar a los habitantes de los pueblos sobre los síntomas, la prevalencia y los orígenes de cinco enfermedades potencialmente controlables. El objetivo secundario de quienes diseñaron el proyecto consistió en proporcionar a los adultos recién alfabetizados la oportunidad de practicar sus habilidades lingüísticas. Bajo los auspicios combinados de los Ministerios de Salud, Educación y Desarrollo Rural de Tanzanía, la campaña constituyó un esfuerzo de desarrollo integrado.

El proyecto fue apoyado e iniciado por el único partido político de Tanzanía (la Unión Nacional Africana de Tanzanía), el Instituto para Educación de Adultos, unas seis agencias gubernamentales y Radio Tanzanía. Funcionarios de todos los niveles se familiarizaron con la importancia y los pormenores del proyecto; se pidió a las industrias que fabricaran prendas de vestido con el lema del proyecto; y a los locutores y periodistas se les encargó que mantuvieran al público informado sobre todas las actividades e ideas relacionadas con la campaña.

En mayo de 1973, unos 18 meses de planificación, organización y capacitación culminaron en una oleada de actividades educativas y desarrollo de la comunidad. Todas las semanas, durante diez semanas, cada grupo de estudio, integrado por 15 a 60 participantes, se reunió extraoficialmente con un líder de discusión capacitado para escuchar las transmisiones de radio y discutir simples textos complementarios proporcionados por el gobierno. De estas discusiones sobre salud y saneamiento surgieron proyectos de trabajos comunitarios concebidos y realizados por los grupos de estudio en sus propios pueblos.

RESULTADOS:

Unos dos millones de adultos de Tanzanía —dos veces la cifra que habían esperado los funcionarios— participaron en el proyecto de *El Hombre es Salud*. Además, la tasa general de asistencia de quienes participaron desde el principio fue del 63 por ciento, éste fue un logro sin precedentes para una campaña de tal magnitud. Un tercer índice del éxito es también tangencialmente estadístico: tan grande fue el impacto de la campaña de salud que los evaluadores del proyecto tuvieron que reclasificar algunos de sus grupos de control como grupos experimentales.

La campaña tuvo sus críticos. Algunos comentaron que no había logrado integrar los servicios de salud existentes en su "programa". Hubo quienes se quejaron de la confusión en la distribución de los textos y materiales. Sin embargo, por todas partes pueden verse pruebas concretas de los efectos de la campaña en la calidad de la vida de los pueblos. En particular, cientos de miles de letrinas fueron construídas por los individuos que escucharon los programas de radio, las ventas de redes para protección contra los mosquitos aumentaron considerablemente en algunas zonas, y los habitantes de pueblos de la costa rellenaron muchas de las

lagunas pantanosas que habían servido de lugares de cría para insectos portadores de enfermedades después de los períodos de lluvias.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Cada grupo de estudio dejó, como mínimo, un "monumento" a la campaña *El Hombre es Salud*". Entre los proyectos típicos figuran la construcción de pozos y la limpieza de zonas habitables de toda vegetación infestada por insectos.
- Algunos grupos de estudio continuaron reuniéndose durante meses después de finalizada la campaña de salud.
- La confianza de los líderes de grupos en varios distritos reforzó el sistema de formar células a grupos de diez hogares como medio de estimular la pación en el desarrollo.
- Se imprimieron textos y guías de estudio en prensas de los periódicos. Se distribuyó un millón de ejemplares, muchos de los cuales fueron compartidos por varias personas.
- Algunos grupos de estudio diagnosticaron enfermedades que afligían a miembros del grupo y enviaron a las víctimas a hospitales cercanos donde se confirmaron los diagnósticos y se trató a los pacientes.
- La red de líderes de grupos de estudio establecida en la campaña de salud se reactivó para la campaña nacional de nutrición, *El Alimento es Vida*, que comenzó en junio de 1975.

REFERENCIAS:

"*Mtu ni Afya:* An Evaluation," Budd L. Hall y C. Zikambona, *Institute of Adult Education Studies*, No. 12, Dar es Salaam, 1974.

"*Radio for Education and Development: Case Studies,*" Vol. 2, Peter L. Spain, Dean T. Jamison, y Emile G. McAnany, editores, Department of Education, The World Bank, Washington, D.C., mayo 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

EL PROYECTO PILA

Guatemala

BENEFICIARIOS:	**Las obreras de una hacienda en Guatemala**
OBJETIVO:	**Enseñar a las mujeres métodos básicos para mejorar la nutrición y la salud en el hogar**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Audiocassettes**
DONANTES-PATROCINADORES:	**La Organización Panamericana de la Salud**
DURACION:	**Proyecto concluído. La fase operativa del proyecto se realizó en tres semanas en 1975**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Royal D. Colle y Susana Fernandez de Colle, Department of Communication Arts, Cornell University, Ithaca, N.Y. 14950, U.S.A.**

DESCRIPCION:

La Organización Panamericana de la Salud patrocinó el *Proyecto Pila*, experimento que duró tres semanas y se realizó en 1975, para examinar formas de transmitir a las obreras de una hacienda en Guatemala información básica sobre la salud y la nutrición. Los directores del proyecto, Royal D. y Susana Fernández de Colle, seleccionaron como el lugar de su estudio la finca María de Lourdes, una plantación de café en la costa del Pacífico.

Se decidió dirigir la campaña hacia las mujeres ya que son ellas las que generalmente se encargan de las decisiones sobre alimentación e higiene en los hogares de Guatemala. Un estudio preliminar demostró que las mujeres de la hacienda trabajaban casi continuamente durante el día. Así que el proyecto se concentró en las pilas (centros de lavandería de la comunidad), lugares donde las mujeres podían aprender de modo informal sin interrumpir su trabajo.

Los audiocassettes fueron escogidos como medios de divulgación por su bajo precio, su facilidad de operación, y porque pueden tocarse en cualquier momento. Se contrataron actores no profesionales para producir programas de 30 minutos de duración. Estos combinaban información sobre la salud con música, radio novelas y diversos anuncios breves. La programación se hizo intencionalmente repetitiva de modo que las mujeres al entrar y salir de las *pilas* tuvieran la oportunidad de escuchar y retener mensajes específicos. En días sucesivos se ampliaban con frecuencia los temas de los programas anteriores. Además, en algunos programas se ofrecían recompensas materiales (tales como pollitos) a las mujeres que aprendieran de memoria ciertas lecciones.

Una joven de la localidad se encargaba de la distribución de los cassettes, llevándolos diariamente a las pilas y supervisando su uso. Ella misma efectuaba los ajustes necesarios al horario de las retransmisiones de acuerdo con las horas en que las mujeres se hallaban presentes en las pilas. Otras cintas se distribuyeron para que las mujeres las escucharan en sus casas utilizando un grabador prestado por la oficina de la hacienda.

La encuesta de evaluación realizada posteriormente mostró que las mujeres de la hacienda escucharon con gusto las cintas, encontraron útil la información específica proporcionada y sintieron mucho la terminación del proyecto. Cuando se les preguntó qué parte del proyecto les había gustado más, dijeron que los "consejos" sobre los temas de salud y nutrición mucho más que la música o las radio novelas.

La encuesta también reveló cambios de comportamiento. Cincuenta y ocho por ciento de las mujeres entrevistadas habían probado una receta mencionada en las cintas. La hacienda María de Lourdes registró una tasa de 92 por ciento para las segundas vacunaciones contra la poliomielitis y la difteria, mientras que solo un 60 por ciento de los niños de una hacienda de control recibieron inoculaciones.

El programa demostró también que los audiocassettes constituían un medio lo suficientemente flexible como para llevar el mensaje correspondiente a un gran número de mujeres. Cuando cambiaban las horas de trabajo de las mujeres, entonces simplemente se transmitián las cintas en horas diferentes. El equipo resultó ser adecuado y no hubo problemas técnicos. Mediante los actores no profesionales y los técnicos, se

logró producir programas de alta calidad utilizando equipo de bajo costo.

Royal y Susana Colle sacaron tres conclusiones generales de su experimento: Primero, no es preciso que la tecnología de comunicación sea muy compleja para ser eficaz. Segundo, los proyectos de esta índola deben adaptarse a las características individuales del ambiente social del grupo al que están dirigidos. Finalmente, la población rural a menudo no logra un mejoramiento de su condición debido a una "falta de información".

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Cada programa de radio de 30 minutos contenía música, anuncios, charlas breves, historietas y un episodio de novela.
- Un análisis más detallado del efecto producido por el proyecto fue cancelado debido al terremoto ocurrido en Guatemala en 1976.
- En una cinta se prometía un pollito a toda persona que aprendiera de memoria el procedimeinto para evitar la enfermedad de Newcastle en los pollos. Más de 100 personas aprendieron la frase y recogieron los pollitos el primer día en que se ofreció la recompensa.

REFERENCIAS:

"The Communication Factor in Health and Nutrition Programs: A Case Study from Guatemala", por Royal D. Colle y Susana Fernández de Colle, documento para la Organización Mundial de la Salud, enero de 1977.

"The Pila Project: Cassettes Reach Rural Women", *Development Communication Report*, abril de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

TELEMEDICINA EN ALASKA

Estados Unidos

BENEFICIARIOS:	Poblanos esquimales, indios y aleucianos
OBJETIVO:	Mejorar el acceso y la calidad de los servicios de salud en las zonas rurales de Alaska
MEDIOS DE DIFUSION:	ATS-1—radio interactiva por satélite; ATS-6—televisión por satélite, videocintas, registros de salud computarizados
DONANTES-PATROCINADORES:	Departamento de Salud, Educación y Bienestar de EE.UU. (El Servicio de Salud para los Indios y el Centro Nacional Lister Hill para Comunicaciones Biomédicas), la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio de EE.UU. (NASA)
DURACION:	El servicio vía satélite ATS-1 comenzó en 1971 y continuará hasta que sea reemplazado por otro sistema (tentativamente, a fines de 1977); la transmisión vía satélite ATS-6 comenzó en 1974 y terminó un año más tarde
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Dennis Foote, Institute for Communication Research, Stanford University, Stanford, CA 94305, USA; Dr. Heather Hudson, Academy for Educational Development, Inc., 1414 Twenty-Second Street, N.W. Washington, D.C. 20037, USA

DESCRIPCION:

Los experimentos en la utilización de la telemedicina comenzaron en Alaska bajo los auspicios del Servicio de Salud para los Indios (uno de los departamentos del Servicio de Salud Pública de Estados Unidos encargado de prestar servicios de salud a los habitantes nativos de Alaska). Confrontados con la necesidad de prestar servicios a pequeños pueblos diseminados en regiones remotas, y obstaculizados por la falta de comunicaciones en el monte, la agencia consideró que la telemedicina sería la solución, en la esperanza de que las consultas sobre una base regular mejorarían los servicios de salud de los pueblos.

La telemedicina llegó a ser parte de la vida cotidiana de 17 comunidades en la región de Tanana cuando la NASA, asociada al Servicio de Salud (IHS) en el experimento de telemedicina, puso a su disposición el Satélite de Aplicación Tecnológica 1 (ATS-1) en 1971. Este satélite, que en 1977 continúa funcionando, representaba un medio de comunicación para voces únicamente, con apoyo de equipo terrestre sencillo y económico: radios para taxis modificados y antenas de malla metálica de tres metros de diámetro. Al proporcionar canales de comunicación confiables entre las comunidades y el hospital del distrito, el ATS-1 funciona como un sistema de apoyo médico: permite a los asistentes de salud de las comunidades prestar servicios de salud bajo la supervisión de un médico, y ayuda a los aviones de evacuación a llegar rápidamente a los pacientes que se encuentran en condiciones críticas.

Los asistentes de salud de las comunidades, capacitados como parte de los experimentos en telemedicina son nombrados por sus comunidades, y reciben 16 semanas de capacitación del Servicio de Salud Pública tanto en el hospital de campo como en el trabajo mismo. Cada asistente egresa del curso intensivo equipado con una valija de medicinas, un manual de referencia para diagnósticos, instrumentos, y nuevos conocimientos. En la comunidad, el asistente prende la radio todos los días a una hora señalada a fin de recibir la "visita médica" del hospital regional. Durante la consulta por radio, el asistente informa sobre los síntomas, responde a las preguntas del médico cuando éste necesita mayor información, recibe consejos profesionales, y ayuda al médico consultor a determinar si los pacientes deben ser evacuados.

A pesar de que los asistentes de salud siguen siendo la base del programa de telemedicina en Alaska, éstos jugaron un papel de menor importancia en un experimento de un año de duración que se llevó a cabo entre 1974 y 1975. El experimento ATS-6, basado en el uso de un satélite mucho más complejo y potente que el ATS-1, tenía un componente adicional que permitía a los médicos diagnosticar los casos difíciles por medio de la

televisión. El experimento, en el que dos clínicas bien equipadas de dos pueblos relativamente grandes estaban vinculadas con un hospital de campaña y un hospital de referencia, se llevó a cabo mientras que un sistema de registros médicos computarizados (Sistema de Información de Salud) se estaba estableciendo en Alaska. Se recogieron los registros actualizados de los pacientes en un lugar central, se ingresaron a la computadora, y se pusieron a disposición de todos los sitios. La computadora también permitía a las enfermeras itinerantes identificar a los habitantes que necesitaban pruebas PAP, vacunas, exámenes de la vista y de los oídos, etc.

RESULTADOS:

Desde la introducción del ATS-1, ha aumentado la capacidad de las instalaciones de salud para atender los casos de emergencia, resolver problemas administrativos y responder a solicitudes de ayuda, y los servicios han mejorado. Además, los habitantes de los pueblos demuestran una mayor disposición a pedir consejos médicos y de seguir los tratamientos recetados. Actualmente hay más pacientes que en cualquier época anterior que reciben los beneficios de los consejos médicos y que reciben tratamiento para enfermedades diagnosticadas. Además, el número de contactos entre médicos y asistentes de salud ha aumentado en un 400 por ciento durante el primer año del experimento.

En general ha sido difícil demostrar una relación entre las estadísticas agregadas de los cambios en mortalidad y hospitalización por una parte y las mejoras en comunicaciones por otra. Sin embargo, la mayor parte de las evaluaciones de los experimentos del ATS-1 han sido positivas, y, en parte, como resultado de estas evaluaciones, el Estado de Alaska y el Servicio de Salud Pública están por instalar un sistema por satélite comercial telefónico.

El experimento ATS-6 también fue juzgado efectivo por los suministradores de servicios de salud que participaron en él. Pero a pesar de que los participantes creen que el componente de televisión en la telemedicina en cierta medida les permitía ampliar y mejorar los servicios de salud, muchos dudaron que las mejoras debidas a la televisión contrapesaban los gastos y las inconveniencias causadas por este medio. En contraste, estas mismas personas aprobaron por unanimidad el sistema computarizado para mantener los registros desarrollados en conjunción con el experimento, y el IHS espera utilizar este sistema en todo el estado.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Algunos asistentes invitan a sus pacientes a escuchar las consultas a larga distancia.
- Los médicos en las regiones remotas tenían la oportunidad de participar en una serie de discusiones de mesa redonda vía satélite, pero el programa no tuvo mucho éxito porque los médicos del IHS en Alaska tenían una carga de casos tan pesada que no podían seguir un horario tan rígido. Sin embargo, se ofreció un curso de cardiología vía satélite a enfermeras en los hospitales regionales, un curso que fue muy bien recibido.
- La mayor parte de los asistentes de salud son mujeres de la comunidad que tienen conocimientos adecuados del idioma inglés.
- Debido al hecho de que las comunidades seleccionan a sus propios asistentes de salud, la aceptación del programa tiende a ser elevada, y es marcada la estabilidad del personal.
- Además de apreciar los servicios médicos, los poblanos valoran el sistema porque les permite mantenerse en contacto con otros pueblos, especialmente con amigos y parientes hospitalizados.
- Cuando se les preguntó si habían aprendido algo al escuchar una consulta, seis de los nueve asistentes de salud en las comunidades conectadas via satélite mencionaron hechos específicos relacionados con la salud. Ninguno de sus contrapartes en los pueblos de control podía recordar información específica alguna relacionada a los casos.

REFERENCIAS:

An Evaluation of the Use of ATS-1 for Biomedical Communication in Alaska, por Oswaldo Kreimer y otros, Institute for Communication Research, Universidad de Stanford, 1974.

"Telemedicine in Alaska: Health Care for Isolated Areas," por Dennis Foote, *Development Communication Report* No. 17, enero de 1977.

Telemedicine in Alaska: The ATS-6 Satellite Biomedical Demonstration por Dennis Foote, Edwin Parker y Heather Hudson, Institute for Communication Research, Universidad de Stanford, 1976.

"Medical Communication in Alaska by Satellite" por Heather Hudson y Edwin Parker, *New England Journal of Medicine*, diciembre de 1973.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1977

ZAA NA UWATUNZE

Kenia

BENEFICIARIOS:	**Residentes de Kenia dentro de la esfera nacional de radiodifusión**
OBJETIVO:	**Mezclar el entretenimiento con la educación, difundir mensajes vitales sobre la salud, especialmente sobre salud materno-infantil**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Radio**
DONANTES-PATROCINADORES:	**UNICEF, el Fondo de Naciones Unidas para Actividades Demográficas, La Voz de Kenia y el Ministerio de Salud de Kenia.**
DURACION:	**El programa comenzó en febrero de 1975; la fase piloto concluyó a mediados de 1976; continúa bajo los auspicios del Gobierno de Kenia desde 1976**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Abigail Krystall, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College, Box 43844, Nairobi, Kenya; Dr. Albert Maleche, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College; Mark Harris, UNICEF, Communications and Information Office for Eastern Africa, P.O. Box 44145, Nairobi, Kenya**

DESCRIPCION:

En 1975, la UNICEF, el Fondo de Naciones Unidas para Actividades Demográficas, y la Voz de Kenia llegaron a un acuerdo para co-producir programas de educación para la salud que fueran entretenidos para ser transmitidos por radio. La serie de programas que resultó de esta colaboración, *Zaa Na Uwatunze* (El Nacimiento y Cuidado de sus Hijos) presenta a artistas conocidos en una comedia episódica. Las presentaciones, modernas y divertidas, cubren materias de interés — el valor nutritivo de los huevos, los peligros de dejar a los bebés al cuidado de sus hermanitos, la necesidad de las vacunas, etc. — y permiten que los oyentes se identifiquen tanto con las situaciones como con los personajes.

Como sucede en todas las "radionovelas", los personajes en *Zaa Na Uwatunze* son estereotipos, y sus actos predecibles son redimidos por sus gestos exagerados. El papel de Mzee Pembe es el de un borracho. Es un pícaro, que con gran descaro no se preocupa de las necesidades y problemas de sus 16 hijos. Mama Njeri, la protagonista, es la mujer de Mzee Pembe, y completamente diferente en su carácter. El bienestar de sus hijos requiere casi toda su atención, y ella tiene que "educar" a su marido, que es un cabeza dura y conservador. Su tarea dramática consiste en convencerle de episodio en episodio, y de un cambio a otro, de que es por el bien de la familia que él debe adoptar nuevas actitudes y que abandone algunas tradiciones. En este trajín diario recibe la ayuda de terceras partes, todas ellas representadas por un solo actor de suma versatilidad.

Zaa Na Uwatunze (que popularmente se conoce como el "show" de Kiroboto) se difunde en Swahili, el idioma oficial de Kenia, una vez por semana. Los programas son de 15 minutos solamente, pero se difunden en horas de mucha popularidad (los domingos por la tarde, y a veces los sábados por la noche). No se usan guiones en la producción de los programas, aunque los educadores de salud y un consultor de Naciones Unidas trabajan en estrecha colaboración con los actores, y el presupuesto es sumamente modesto. Un elemento que compensa por la falta de técnicas costosas de producción es la espontaneidad. El programa se graba en los estudios que están repletos de admiradores, asi que los actores actúan para el público y la reacción inmediata de éstos estimula sus actuaciones.

El programa es un experimento en radiodifusión abierta (la cual, por definición, va dirigida a un público que no tiene interés particular en la materia o en la auto-educación), vinculada con actividades educativas formales y no formales para adultos. Su estructura episódica, sus personajes, y las alusiones a temas tratados en programas anteriores, parecen dar a los oyentes un sentido de continuidad y progreso. Además, los programas reiteran los temas discutidos por los educadores de salud y los trabajadores de campo, algunos de los cuales asesoran al personal de producción.

RESULTADOS:

El impacto de los programs *Zaa Na Uwatunze* se ha calculado primordialmente en términos del número de oyentes, su capacidad de retener la información sobre la salud, y su familiaridad con los personajes. No se ha tratado de estudiar los efectos logrados por el programa en relación a las prácticas de salud, los conocimientos adquiridos, los cambios o las actitudes.

La información obtenida de las evaluaciones ha sido extraída de cuatro fuentes: el público que asiste a la grabación en el estudio, las cartas enviadas por los admiradores, un cuestionario distribuido al final del primer año de difusión de *Zaa Na Uwatunze*, y dos grupos de expertos del gobierno que están trabajando en educación y desarrollo rural. Merece destacarse que la opinión de estos expertos fue diferente a la obtenida de las otras fuentes, ya que algunos expertos insisten que los programas deben tener un tono más serio, y el público aplaude la mezcla de mensajes y la hilaridad.

Un resultado de la encuesta entre 510 personas, realizada en diciembre de 1975, quizás explique esta diferencia de opinión: los ciudadanos de más educación parecen reaccionar menos a los programas, ostensiblemente porque la información incluida en la comedia no representa ninguna "novedad" para ellos. Otros resultados de la encuesta incluyen el hecho de que el 92% de los que respondieron el cuestionario conocían el programa, el descubrimiento de que el tiempo que escucharon era igual para las personas que hablan el Swahili como segundo idioma como para las que lo hablan como idioma nativo, el hecho de que la propiedad de una radio está directamente correlacionada con el número de oyentes, y la revelación de que los programas parecen gustar de manera casi igual a personas de todas las edades (menores de 25 años, de 26 a 50 años, mayores de 50 años). Dada la naturaleza de este experimento en la radiodifusión, la conclusión más importante de las evaluaciones que se han realizado al principio indica que un poco más de la tercera parte de los oyentes dicen que escuchan el programa principalmente porque es divertido mientras que la mitad dice que lo escucha porque cree que ha aprendido algo de sus programas humorísticos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los personajes en *Zaa Na Uwatunze* no son ceremoniosos. En uno de los episodios, la muy sufrida mujer amenaza con venderse a sí misma si su marido continúa vendiendo los tan necesitados huevos de la familia para ir a comprar cerveza.
- Se han recibido cartas dirigidas a Mzee, Mama y los otros personajes de oyentes de otros países de Africa Oriental además de Kenia.
- Las tramas se basan en una fórmula muy común en la publicidad. El objeto consiste en idear una situación en la cual el público se identifica con el personaje serio que adopta ideas sensatas, y se ríe del tonto que sigue creyendo en las costumbres por el mero hecho de que son convencionales.
- La serie *Zaa Na Uwatunze* se ha copiado en Tanzanía y Zambia, aparentemente con éxito.
- Se grabaron algunos de los episodios de *Zaa Na Uwatunze* para ser usados en foros auspiciados por la FAO, donde se escuchan grabaciones en *casettes*, en conjunción con los programas de Mejores Condiciones de Vida Familiar que se están presentando en Kenia. También se están usando las cintas grabadas en las clases de economía doméstica en las escuelas y en los programas de capacitación de los trabajadores de campo.
- Es posible que la UNICEF presente una película corta sobre las técnicas de producción de *Zaa Na Uwatunze*, para promover el uso de radiodifusiones entretenidas como apoyo a los proyectos de desarrollo.

REFERENCIAS:

"Health Messages Through Humor," Susan Hostetler, *ICIT Report* No. 16, Clearinghouse on Development Communication, julio de 1976.

"Popular UNICEF Radio Show in Kenya Gives Health Tips in Situation Comedy," Michael T. Kaufman, *New York Times*, 16 de noviembre, 1975.

"The Kenya Radio Series which Teaches as it Entertains, and How You Can Do It," Mark Harris, United Nations Children's Fund, Nairobi, abril de 1976.

Traducciones varias de guiones de *Zaa Na Uwatunze*, inéditas y sin fecha.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1978

RADIO DOCTEUR (Médico por Radio)

Haití

BENEFICIARIOS:	**Adultos haitianos de edad reproductiva (unos 2.500.000 hombres y mujeres).**
OBJETIVO:	**Brindar información y asesoramiento sobre planificación familiar, nutrición, enfermedades comunes, salud materno-infantil, y temas conexos**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Radio, cassettes, materiales impresos y ayudas visuales**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Ministerio de Salud de Haití, Ministerio de Educación, Radio Nationale y Radio Lumière**
DURACION:	**Iniciado en 1967, continua en la actualidad**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Edith Hollant, Centre d'Hygiène Familiale, 10, Premiere Impasse Lavaude, B.P. 430, Port-au-Prince, Haiti; Dr. Ary Bordes, Centre d'Hygiène Familiale, 10, Premiere Impasse Lavaud, B.P. 430, Port-au-Prince, Haiti**

DESCRIPCION:

El programa *Radio Docteur* (Médico por Radio) fue concebido en 1967 por el Dr. Ary Bordes (actual director del "Centre d'Hygiène Familiale" y Jefe de la División de Higiene Familiar del Ministerio de Salud), cuando el Huracán Flora temporalmente interrumpió todas las trasmisiones en Haití, con excepción de una estación: la "Radio Lumière." El desastre inspiró una nueva apreciación del alcance nacional que podía ofrecer la radio cuando funciona y el Dr. Bordes prometió que utilizaría al máximo esta capacidad luego de la inundación. Al cabo de unos pocos meses después de la tormenta, comenzaron las trasmisiones de *Radio Docteur.*

A título de prueba se prepararon 20 monólogos de 10 minutos de duración cada uno sobre cuatro temas: atención prenatal, la nueva mamá, la salud infantil y la planificación familiar. Se trasmitieron todos los mensajes sin interrupción en las salas de espera de las clínicas. Poco a poco, se tuvo la reacción del público que llevó a los creadores del mensaje en el Centro de Higiene Familiar a cambiar su enfoque. Tomaron en consideración el potencial que ofrece la radio y la falta de interés inspirada por el formato del monólogo, dividieron los mensajes en segmentos de hasta un minuto, cambiaron el formato al diálogo y ampliaron la variedad de temas presentados. Respondiendo a la reacción del público, también se revitalizaron los mensajes sobre planificación familiar para destacar los beneficios que se obtienen al espaciar los nacimientos en lugar de usar el enfoque más negativo de disminuir las presiones de la población.

Dos veces al día, seis días por semana, los haitianos pueden sintonizar *Radio Docteur* ya sea en la *Radio Lumière* o en la *Radio Nationale* en *creole*, idioma local. Los mismos han convertido en personajes familiares en todos los hogares a Fanny y Ti Jo, éstos mantienen un diálogo sobre la salud pretendiendo representar una variedad de papeles en pareja: esposo-esposa, paciente-médico o paciente-enfermera. Una canción pegadiza atrae al público y los libretos cambian de acuerdo al día de la semana. Los mensajes sobre la planificación familiar se presentan los lunes y miércoles, los consejos sobre la salud materno-infantil se trasmiten los martes y las noticias nacionales e internacionales sobre la salud son trasmitidas los días jueves. Los viernes se usan para hablar de los síntomas de las enfermedades más corrientes y los sábados para la prevención y el tratamiento de las mismas.

La radio pareció ser un medio natural para propagar información sobre la salud así como recomendaciones de los médicos de Haití. Aunque no se conocen estadísticas precisas sobre el número de radios que se poseen (las estimaciones del número de transistores en el país varían entre 85.000 y 300.000), 900 de las 1.500 escuelas rurales de la nación cuentan con radios, y es común ver al haitiano con una radio transistor en mano.

RESULTADOS:

El impacto nacional de *Radio Docteur* no ha sido evaluado hasta ahora. Un estudio de una comunidad de 4.000 personas que ha escuchado las trasmisiones

durante 8 años indica que el conocimiento sobre los temas presentados en los programas ha aumentado dramáticamente. Sin embargo, en este estudio no se ha hecho ningún esfuerzo para separar los efectos de los programas de educación sobre la salud resultantes de otros programs diferentes. Verificaciones hechas al azar y otras pruebas o impresiones sugieren que los habitantes han aprendido de memoria los mensajes, pero la relación entre los conocimientos sobre la salud y su puesta en práctica continúa sin analizar.

Otro tipo de medida del impacto del *Radio Docteur* es el éxito que ha tenido su derivado escolar, *Classe d'Hygiène* (Clase de Higiene). Está dirigido a 30.000 niños de quinto y sexto grados (la mayoría entre los 10 y 15 años de edad). Se trata de un concurso o certamen educacional. El programa se trasmite desde noviembre hasta marzo de cada año, y ya tiene nueve años en el aire. Los participantes escuchan doce lecciones sobre la salud, cada una de las cuales se trasmite tres veces por semana en francés (el idioma de instrucción en Haití). Luego de cada trasmisión, los estudiantes contestan cinco preguntas por escrito, y reciben dos puntos por cada respuesta correcta. Se otorgan premios y certificados tanto a los participantes sobresalientes como a las escuelas en base al puntaje obtenido al fin del término escolar. La participación en este programa ha aumentado cada año desde su incepción, habiendo aumentado el número de respuestas enviadas por los alumnos de quinto y sexto grado de 444 en 1970 a 20.064 en 1975.

Después de 1975, el programa de *Radio Docteur* fue institucionalizado a través del Departamento de Educación para que llegue tanto a los maestros como a los alumnos de las escuelas primarias de todo Haití.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Junto con otras actividades educativas, el Centro de Higiene produce materiales impresos, películas, cintas grabadas y diapositivas, y programas de grabaciones folklóricas. Además conduce seminarios y cursos de adiestramiento para especialistas en salud.
- Los organismos gubernamentales patrocinadores y el Centro de Higiene Familiar (una organización privada) mantienen excelentes relaciones. El Centro desarrolla, ensaya los materiales y busca formas efectivas de trasmitir los mensajes que el gobierno incorpora en sus programas.
- Tanto la *Radio Lumière* como la *Radio Nationale* son operaciones sin fines de lucro y el Ministerio de Salud no tiene que pagar por la trasmisión de los programas.
- Otro proyecto de la *Radio Lumière* aún en etapa piloto, se propone utilizar radios bidireccionales para promover el desarrollo rural integral. El objeto es alentar a los granjeros, amas de casa y a la juventud a que expresen sus quejas y opiniones y grabar sus palabras en cintas cassette para ser retrasmitidas.
- La red actual abarca 16 estaciones afiliadas, un número suficiente como para garantizar una cobertura nacional.

REFERENCIAS:

"On the Air," Edith Hollant, *Salubritas*, Vol. 2, Número 2, 1978.

"Two-way Radio for Haiti," *ACTION:* World Association for Christian Communication Newsletter, Número 28, marzo de 1978.

Information, Education and Communication (Manuel d'Introduction en Education Sanitaire), Edith Lataillade Hollant y Laurent Eustache, Centre d'Hygiène Familiale, 1978.

"'Radio Docteur': Health Education Radio Program of the Centre d'Hygiène Familiale," Edith Hollant, ponencia inédita, febrero de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1979

PROYECTO DE LAS COMUNIDADES RURALES DE KAVAR

Irán

BENEFICIARIOS:	**16 comunidades rurales en la zona de Kavar**
OBJETIVO:	**Brindar servicios médicos adecuados a comunidades rurales por medio del adiestramiento de especialistas de salud para comunidades rurales**
MEDIOS DE DIFUSION:	**Materiales impresos y comunicación interpersonal**
DONANTES-PATROCINADORES:	**Universidad Pahlavi, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá (CIID)**
DURACION:	**Desde febrero de 1973 a enero de 1976**
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	**Dr. Hossain A. Ronaghy, Chairman, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Saadi Hospital, Shiraz, Iran; Dr. Steven Solter, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Shiraz, Iran**

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Comunidades Rurales de Kavar* fue uno de dos proyectos pilotos que se iniciaron para solucionar la escasez creciente de personal médico calificado y el problema de acceso limitado a servicios médicos modernos en las remotas zonas rurales de Irán. El objetivo inicial fue mejorar la salud de la población rural de Irán incrementando los servicios del Cuerpo Médico que en 1973 proporcionó clínicas médicas y equipos móviles que abarcaron unas 6.000 (un 12 por ciento) de las 55.000 comunidades rurales en Irán. El programa del Cuerpo Médico se amplió por medio del adiestramiento de auxiliares de salud para las comunidades rurales.

El estudio comenzó en enero de 1973 bajo la dirección del Departamento de Medicina Comunitario (Universidad Pahlavi, Facultad de Medicina) y recibió financiamiento del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID). Se seleccionó un lugar de adiestramiento en Kavar, un pueblo pequeño situado 56 kilómetros al sudeste de Shiraz. En Kavar se encontraba una estación del Cuerpo Médico, uno de los 400 centros sanitarios similares en las zonas rurales de Irán. Se seleccionaron 16 comunidades remotas en la región de Kavar; en cada una de ellas se eligió a un habitante que supiera leer y escribir de entre un grupo de voluntarios. Los once hombres y cinco mujeres representaban una gran variedad de edades (de 16 a 45 años), personalidades, y antecedentes socioeconómicos. Su adiestramiento consistió en sesiones en el aula, demostraciones, y capacitación clínica. Luego de completar el curso, retornaron a sus respectivas comunidades para desempeñar el papel de auxiliares médicos asalariados y, de tiempo en tiempo, tomaron cursos adicionales para refrescar sus conocimientos.

Antes de seleccionar y adiestrar a los auxiliares, se llevaron a cabo estudios de base para determinar la prevalencia de enfermedades, la disponibilidad de habitantes que supieran leer y escribir y de atención médica. Los estudios mostraron que la mayoría de las quejas expresadas en las clínicas médicas móviles eran bastante simples y que un auxiliar de salud podía tratar adecuadamente la mayoría de los casos y referir el resto —un 10 por ciento— al centro médico. Además, se llevó a cabo un estudio de 200 hogares seleccionados al azar sobre los conocimientos, actitudes y prácticas relativas a la salud individual y pública en la comunidad. Se obtuvieron también datos del censo sobre nacimientos, fallecimientos, matrimonios, divorcios, inmigración y población total para usarlos como base para el desarrollo de objetivos relativos a la conducta que debían observar los especialistas de salud: control de enfermedades trasmisibles, salud ambiental, nutrición, educación comunitaria, salud materno-infantil, y planificación familiar y tratamiento. Dichos objetivos proporcionaron la base para la elaboración del programa de estudios y los materiales que debían editarse en persa para el curso. Se abarcan temas sobre crecimiento y desarrollo, anatomía y fisiología, nutrición, enfermedades trasmisibles, relaciones entre el paciente y el especialista, salud materno-infantil y planificación familiar, y salud pública rural.

En agosto de 1973 comenzó un curso de adiestramiento intensivo de 6 meses de duración cuando los auxiliares se reunieron en Kavar. El objetivo principal del curso fue prepararlos para sus labores en medicina preventiva y educativa en sus comunidades correspondientes. Miembros del personal del Departamento de

Medicina Comunitaria, personal médico del Cuerpo Médico, y el director del proyecto de capacitación dictaron los cursos, integrando la teoría y la práctica y dándoles oportunidad diaria a los estudiantes de poner en práctica en el campo o en la clínica lo que habían aprendido en el aula. Se dictaron clases en la casa alquilada que sirvió también como residencia de los practicantes, mientras que el trabajo práctico y clínico se realizó en la estación del Cuerpo Médico más cercano.

Se dividió al personal en adiestramiento en cuatro grupos dirigidos por una partera de la clínica del Cuerpo Médico, un asistente del Cuerpo Médico en la clínica de tratamiento, un asistente especializado en farmacología del Cuerpo Médico y un médico del Cuerpo. Cada grupo tenía a su cargo una de las siguientes áreas principales: salud materno-infantil y planificación familiar; tratamiento, incluyendo técnicas de esterilización, métodos para dar inyecciones, vendajes y otras técnicas de primeros auxilios; indicaciones, contraindicaciones, dósis y efectos secundarios de los medicamentos; cómo tomar el historial médico, exámenes físicos, y evaluación del paciente. Todos los estudiantes adquirieron experiencia en las cuatro áreas por medio de rotaciones semanales. Los últimos tres meses del adiestramiento se dedicaron a técnicas clínicas. Aprendieron métodos para evaluar los problemas clínicos rurales más importantes y a determinar si un paciente debía ser tratado en la comunidad o debía referirse al médico en Kavar o Shiraz. Además de examinar y tratar a los pacientes en la estación del Cuerpo Médico, los nuevos auxiliares realizaron numerosas visitas de campo en las comunidades vecinas.

RESULTADOS:

Durante los seis meses se efectuaron evaluaciones periódicas de las técnicas y conocimientos adquiridos por el personal adiestrado por medio de exámenes escritos y observaciones. Una comisión de médicos observó al personal adiestrado en clínicas y en el campo y evaluó su competencia en cada área del trabajo.

Estudios de las evaluaciones indicaron que el personal así capacitado fue bien recibido por los habitantes y que influenciaron las prácticas sanitarias de los habitantes de las comunidades. Durante los primeros seis meses de su trabajo en el campo, las visitas de pacientes a las instalaciones clínicas fueron 4.875 pacientes de una población de 9.152 y el porcentaje de mujeres entre las edades de 15 y 44 años que usaron métodos de planificación familiar aumentó del 8,8 a 21,4 por ciento.

Además los auxiliares han logrado motivar a los habitantes para que lleven a cabo mejoras sanitarias que se necesitaban urgentemente, incluyendo la construcción de retretes sanitarios y el mejoramiento de los existentes, la separación del lugar en donde viven los animales de la vivienda para los seres humanos, construcción de fuentes de agua potable (bombas y pozos) y el mejoramiento de las "casas de baños" existentes o la construcción de nuevas donde fuera necesario.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Gran parte de los médicos tradicionales de Irán se opusieron o por lo menos se mostraron muy críticos de este esquema. Sostenían que las vidas y la salud de la población estarían en peligro si estaban en manos de para-médicos y auxiliares de salud semi-calificados.
- La estructura social de las comunidades causó ciertos problemas. Por ejemplo, los auxiliares que tuvieron más dificultades en ser aceptados fueron aquellos que eran bien conocidos en la comunidad o que pertenecían a facciones o familias identificadas con ciertos valores. Las costumbres y presiones sociales también influenciaron el reclutamiento de mujeres.
- Parece ser que la experiencia de prestar servicios en comunidades y pueblos pequeños en organizaciones tales como el Cuerpo Médico, no induce a los médicos a permanecer en las zonas remotas. Los médicos del Cuerpo Médico tienden, más bien, a regresar a los centros urbanos importantes al cumplir su período de servicio.
- Otro programa piloto que se lanzó al mismo tiempo que el *Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar* fue el Proyecto de Especialistas de Salud de Nivel Intermedio in Marvdasht. El especialista de salud de nivel intermedio (behdar) tiene entre 9 y 11 años de educación básica y se lo adiestra por cuatro años. Se anticipa la creación de un sistema de tres etapas, con el "behdar" como vínculo entre el auxiliar y el médico u hospital.

REFERENCIAS:

"Medical Problems of Developing Nations: An Attempt to Bring Medical Care to Rural Communities in Iran," H. A. Ronaghy, *British Medical Journal*, 31 de enero de 1970.

"Village Health Workers," H.A. Ronaghy, Y. Mousseau-Gershman y A. Doroznyski, International Development Research Centre, publicación No. IDRC-074e, 1976.

"The Auxiliary Worker in Iran," H. A. Ronahgy y S.L. Solter, *The Lancet*, 25 de agosto de 1973.

"Problem of Rural Health Care Delivery in Iran: Is the Chinese Barefoot Doctor Exportable?" H.A. Ronaghy y S.L. Solter, abril de 1974.

"Project Summary and Description," IDRC File No. 3072-1113.

"Success Story from Iran," *Future*, Vol. 4, No. 1, 1977 (condensado por A. Doroznyski en *Health Care for the Most People* —IDRC Reports, Vol. 5, No. 3).

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1979

EDUCACION SANITARIA MEDIANTE RADIONOVELAS

Sri Lanka

BENEFICIARIOS:	La población adulta de habla sinhala y tamil en Sri Lanka
OBJETIVO:	Utilizar un formato de radiodifusión proporcionando entretenimiento para trasmitir información sobre la salud y la planificación familiar
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio y tarjetas postales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Ministerio de Salud, el Ministerio de Información y Trasmisión, el Gobierno de Sri Lanka; el Fondo de las Naciones Unidas para Actividades de Población y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
DURACION:	Comenzó en 1973 y terminó en 1977
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Piyasoma Medis, Sri Lanka Foundation Institute, 100 Independence Square, P.O. Box 1203, Colombo 7, Sri Lanka; Marty Rajandran, Program Officer, UNICEF, 5, Queens Avenue, Colombo 7, Sri Lanka.

DESCRIPCION:

En 1973, el Gobierno de Sri Lanka y el FNUAP organizaron y ejecutaron un proyecto multifacético de planificación familiar que costó 6 millones de dólares. Se financiaron 11 programas interrelacionados para alentar la planificación familiar, incluyendo educación secundaria, educación médica, prestación de servicios médicos, educación sanitaria, educación del trabajador y medios de comunicación masiva. Dentro del componente de comunicación masiva se crearon dos series de radionovelas. Se seleccionó la radio como medio porque un 72 por ciento de la población total tiene acceso a la radio. Se utilizó el drama como método debido a que ocupa el segundo puesto de popularidad después de la música entre los oyentes.

A fines de 1973, UNICEF y la Sri Lanka Broadcasting Corporation (SLBC) negociaron un acuerdo por el cual la SLBC produciría y trasmitiría las dos radionovelas, una en el idioma oficial de sinhala, hablado por un 72 por ciento de la población, y el otro en tamil, hablado por un 20,5 por ciento de la población. A cambio de ello, UNICEF proporcionaría a la SLBC equipos de producción por valor de 13,000 dólares. UNICEF y el Ministerio de Salud se encargarían de proporcionar la información sobre planificación familiar que sería incluida dentro de la trama de la serie.

La historia en sinhala trataba de una familia con 14 hijos. Los problemas de una familia numerosa se compararon con los de una familia vecina que sólo tenía cuatro hijos; la trama recalcaba los beneficios que gozan los niños de la familia más pequeña. La historia en tamil trataba de una familia con cuatro niños y un padre sin empleo. Luego de confrontar una serie de problemas relacionados con el peso de mantener una familia, el padre aprende la importancia que tiene la planificación familiar.

Los programas en ambas series fueron trasmitidos una vez por semana de julio de 1974 hasta julio de 1975, el período oficial del proyecto. Luego se creó una comisión de representantes del Ministerio de Salud, del Ministerio de Información y Trasmisión y UNICEF para realizar un formato para la expansión del programa. La comisión consideró la planificación familiar como una parte de la salud familiar y pensó que los guiones podían ser ampliados para incluir otros mensajes de salud. Se harían preguntas al final de cada programa para solicitar respuestas utilizando una tarjeta postal, una técnica posible debido al alto grado de alfabetismo en Sri Lanka, que es un 78 por ciento. Con esta repercusión, se podría evaluar la reacción a los mensajes de los programas. Las dos series nuevas comenzaron en marzo de 1976 y se trasmitieron una vez por semana hasta diciembre de 1976.

La nueva serie de novelas en sinhala, *Pahan Siluwa*, continuó con la misma trama. Se amplió el contenido educativo para incluir medicina infantil, higiene, y nutrición. *Kan Kanda Theivam*, la serie en tamil adoptó una historia nueva debido a que la original había llegado a una conclusión lógica. La historia en tamil se centró alrededor de un médico y su familia que viven en una comunidad rural cerca de una plantación de té.

Dentro de este escenario, se pudieron presentar temas sobre la salud relativas a las familias de escasos recursos de las plantaciones, quienes hablan tamil. Los personajes de la historia presentaron información sobre la salud por medio de libretos humorísticos y hábiles. Formaron parte integral de las dos series los temas religiosos y música animada.

RESULTADOS:

Para evaluar la eficacia y la aceptación de las series, se tomaron muestras al azar de aquellos que habían enviado contestaciones por medio de las tarjetas. Esta muestra de la población recibió un cuestionario y un sobre con la dirección y los sellos postales ya colocados. De nuevo, se pudo utilizar este cuestionario autoadministrado debido a la alta tasa de alfabetismo en Sri Lanka. Se formularon 30 preguntas con varias contestaciones posibles, que examinaron la información demográfica, el uso de los medios de difusión, y el conocimiento específico de la información sanitaria. El cuestionario no trató de averiguar si la información sobre la salud se estaba poniendo en práctica. Es decir, el propósito del cuestionario era saber si los que respondieron al mismo entendían o podían recordar los mensajes sobre la salud, no si habían adoptado buenas prácticas de salud. Se suponía (fuera ésto viable o no) que si los oyentes recordaban los mensajes sobre la salud de manera específica, ésto indicaba una alta adopción de los mismos.

A pesar de que el cuestionario fue enviado a una muestra numerosa (1.1000 en sinhala y 300 en tamil), el muestreo era parcial debido a que se seleccionaron los radioyentes que habían mandado tarjetas. Esto significó que aquellos que estaban predispuestos positivamente y que sabían leer y escribir participarían en la evaluación. Sin embargo, teniendo poco tiempo y dinero, los evaluadores decidieron concentrar su estudio en aquellos oyentes conocidos. El porcentaje de respuestas a los cuestionarios fue excelente en ambas series. Se recibieron 800 cuestionarios en sinhala (73 por ciento) y 180 cuestionarios en tamil (60 por ciento). A continuación sigue un resumen de los resultados: 1) la mayoría de los entrevistados fueron mujeres solteras, sin empleo y menores de 30 años, con alguna educación secundaria; 2) el 88 por ciento de los oyentes escuchaban la radio entre las 17.00 y las 23.00 hs.; 3) la mayoría prefirió los programas de entretenimiento, aunque una minoría sustancial (39 por ciento) indicó que prefería los programas educativos; 4) la identificación de la hora en que se trasmitieron los programas y de los personajes principales demostraron una gran lealtad a las series, aunque pocos de los encuestados habían escuchado todos los programas de la serie; 5) los entrevistados expresaron que la información sobre la salud fue para ellos nueva y de valor; y 59 por ciento de los oyentes de la serie en sinhala pudieron recordar algunos de los mensajes; mientras que el 100 por ciento de los oyentes de la serie en tamil pudieron recordar mensajes sobre la salud.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Entre el 33 y el 50 por ciento de las madres que asistieron a las clínicas sanitarias en las zonas seleccionadas al azar habían escuchado el programa y pudieron mencionar algunos de los mensajes trasmitidos.
- Un 95 por ciento de las tarjetas postales que fueron enviadas en respuesta a la pregunta sobre la salud formulada al finalizar cada programa contenían respuestas correctas.
- Se continuó la trasmisión de *Pahan Siluwa*, gracias a un patrocinador privado, que excluyó los mensajes sobre la salud de los libretos.
- Se recibieron aproximadamente 26.000 tarjetas postales durante la trasmisión de las series. En un día se llegó a recibir hasta 1.000 tarjetas.

REFERENCIAS:

Health Messages Through Radio Drama, A Sri Lanka Experience, Piyasoma Medis y Marty Rajandran, UNICEF, Colombo, Sri Lanka, 1977.

"Sri Lanka Soap Operas," *Project Support Communications Newsletter (PSC)*, Vol. 1, No. 3, Information Division, UNICEF, Nueva York, N.Y.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1980

REFERENCIAS

ACCION CULTURAL POPULAR (ACPO), 17
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Audiovisual, Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, Financiamiento Local o Auto, Impresión, Interpersonal, Película, Radiodifusión

CULTURAL POPULAR HONDUREÑA, 49
Ver las siguientes referencias:
América Latina, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento Local o Auto, Honduras, Impresión, Radiodifusión

Afganistán
Asistencia a la Radiodifusión Rural, **Agricultura, 7**

Africa
Campaña de Publicidad Sobre Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzania), **Salud, 93**
Laedza Batanani, Botswana, **Desarrollo Rural Integral, 19**
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población, 83**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura, 11**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, 9
Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos, 51**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

AGRICULTURA
Asistencia a la Radiodifusión Rural, Afganistán, **7**
Educación Básica Rural, Guatemala, **1**
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, Tailandia, **3**
La Escuela en el Aire, India, **5**
Masagana 99, Filipinas, **13**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **11**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura, 9**

Alaska
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud, 97**

América Latina
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral, 17**
Acción Cultural Popular Hondureña, Honduras, **Educación y Recursos Humanos, 49**
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición, 59**
Educación Básical Rural, Guatemala, **Agricultura, 1**
El Proyecto Pila, Guatemala, **Salud, 95**
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población, 79**
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos, 33**
Matemáticas por Radio, Nicaragua, **Educación y Recursos Humanos, 35**
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **Nutrición, 75**

Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos**, 57
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población**, 89
Proyecto Experimental de Nutrición, Brasil, **Nutrición**, 61
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos**, 55
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud**, 101
Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral**, 23
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos**, 37

Asia
Asistencia a la Radiodifusión Rural, Afganistán, **Agricultura**, 7
Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, Filipinas, **Nutrición**, 67
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos**, 39
Educación Sanitaria mediante Radionovelas, Sri Lanka, **Salud**, 105
El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población**, 85
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, Tailandia, **Agricultura**, 3
La Escuela en el Aire, India, **Agricultura**, 5
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura**, 13
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población**, 81
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población**, 87
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, Pakistán, **Desarrollo Rural Integral**, 27
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición**, 63
Proyecto Poshak, India, **Nutrición**, 69

ASISTENCIA A LA RADIODIFUSION RURAL, 7
Ver las siguientes referencias:
Afganistán, **Agricultura**, Asia, Cassettes, Donantes Internacional, Interpersonal, Radio

Audiovisual
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición**, 59
Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura**, 1
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),Tanzania, **Salud**, 93
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población**, 77
Masagana 99, Filipinas **Agricultura**, 13
Método de Analogía Agrícola para Planificación Familiar, Filipinas, **Población**, 81
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Gandado en Kipsigis, Kenia **Agricultura**, 11
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población**, 87
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral**, 25
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición**, 69
Proyecto Experimental de Nutrición, Brasil, **Nutrición**, 61
Proyecto Poshak, India, **Nutrición**, 69
Radio Docteur (Médico por Radio), Haití, **Salud**, 101

Botswana
Laedza Batanani, **Desarrollo Rural Integral, 19**

Brasil
Movimiento de Educación Básica, **Educación y Recursos Humanos, 57**
Proyecto Experimental de Nutrición, **Nutrición, 61**

CAMPAÑA DE LECHE MATERNA, 59
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Audiovisual, Financiamiento Local o Auto, Mujeres en Desarrollo, **Nutrición** Película, Tobago, Trinidad, Radiodifusión

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOBRE NUTRICION, 71
Ver las siguientes referencias:
Africa, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, **Nutrición,** Radiodifusión, Túnez

CAMPAÑA PUBLICITARIA SOBRE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, 67
Ver las siguientes referencias:
Asia, Donantes Internacional, Filipinas, Financiamiento de Gobierno Nacional, Interpersonal, **Nutrición,** Radiodifusión

CAPACITACION DE MAESTROS: PROGRAMA SITE, 39
Ver las siguientes referencias:
Asia, **Educación y Recursos Humanos,** Financiamiento Gobierno Nacional, Impresión, India, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Radiodifusión, Satélite, Teledifusión

Cassettes
Asistencia a la Radiodifusión Rural, Afganistán, **Agricultura, 7**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzania, **Salud, 93**
El Proyecto Pila, Guatemala, **Salud, 95**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura, 11**
Radio Docteur (Médico por Radio), Haití, **Salud, 101**
Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral, 23**

CENTRO DE ENSENANZA A LARGA DISTANCIA DE LESOTHO, 41
Ver las siguientes referencias:
Africa, **Educación y Recursos Humanos,** Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Lesotho, Mujeres en Desarrollo, Radiodifusión

Colombia
Acción Cultural Popular (ACPO), **Desarrollo Rural Integral, 17**

Correspondencia
Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura, 1**
La Escuela en el Aire, India, **Agricultura, 5**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura, 9**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**

DESARROLLO RURAL INTEGRAL
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **17**
Experimento de Televisión Educativa via Satélite, India, **29**
Laedza Batanani, Botswana, **19**
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, Pakistán, **27**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **25**

Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), Estados Unidos, 21
Radio Mensaje, Ecuador, 23

Donantes Internacional
Asistencia a la Radiodifusión Rural, Afganistán, **Agricultura, 7**
Campaña de Publicidad sobre Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**
Educación Sanitaria mediante Radionovelas, Sri Lanka, **Salud, 105**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzania, **Salud, 93**
El Proyecto Pila, Guatemala, **Salud, 95**
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, Tailandia, **Agricultura, 3**
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos, 33**
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población, 83**
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura, 13**
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población, 81**
Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos, 57**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura, 11**
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población, 87**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, Irán, **Salud, 103**
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición, 63**
Proyecto Experimental de Nutrición, Brasil, **Nutrición, 61**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 69**
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos, 55**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura, 9**
Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos, 55**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

Ecuador
Radio Mensaje, **Desarrollo Rural Integral, 23**

EDUCACION BASICA RURAL, 1
Ver las siguientes referencias:
Agricultura, América Latina, Audiovisual, Correspondencia, Financiamiento Gobierno Nacional, Guatemala, Interpersonal, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Radiodifusión

EDUCACION SANITARIA MEDIANTE RADIONOVELAS, 105
Ver las siguientes referencias:
Asia, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Radiodifusión, **Salud**, Sri Lanka

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS
Acción Cultural Popular Hondureña, Honduras, **49**
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **39**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **41**
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **33**
Matemáticas por Radio, Nicaragua, **35**
Movimiento de Educación Básica,

Brasil, **57**
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **55**
Radio Santa María, República Dominicana, **37**
Télé-Niger, Niger, **51**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **45**

EL HOMBRE ES SALUD (MTU NI AFYA), 93
Ver las siguientes referencias:
Audiovisual, Africa, Cassettes, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, Radio de Doble Vía, **Salud**, Tanzanía

EL PROYECTO JAMU, 85
Ver las siguientes referencias:
Asia, Financiamiento Local o Auto, Indonesia, Impresión, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, **Población**, Radiodifusión

EL PROYECTO MODELO PLANIFICACION FAMILIAR EN ISFAHAN, 77
Ver las siguientes referencias:
Audiovisual, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Irán, Mujeres en Desarrollo, Oriente Medio, Película, **Población**, Radiodifusión

EL PROYECTO PILA, 95
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Cassettes, Donantes Internacional, Guatemala, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, **Salud**

EL PROYECTO PILOTO DE FOROS AGRICOLAS POR RADIO, 3
Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Asia, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Radiodifusión, Tailandia

El Salvador
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, **Educación y Recursos Humanos, 33**

Estados Unidos
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), **Desarrollo Rural Integral, 21**
Telemedicina en Alaska, **Salud, 97**

EXPERIMENTO DE TELEVISION EDUCATIVA VIA SATELITE, 29
Ver las siguientes referencias:
Desarrollo Rural Integral, Financiamiento de Gobierno Nacional, India, Satélite, Teledifusión

Filipinas
Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, **Nutrición, 67**
Masagana 99, **Agricultura, 13**
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, **Población, 81**

Financiamiento Auto
Ver las siguientes referencias:
Financiamiento Local

Financiamiento de Gobierno Nacional
Campaña de Publicidad sobre Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**
Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, Filipinas, **Nutrición, 67**
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos, 39**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**
Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura, 1**
Educación Sanitaria mediante Radionovelas, Sri Lanka, **Salud, 105**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzania, **Salud, 93**

El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población, 77**
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, Tailandia, **Agricultura, 3**
Experimento de Televisión Educativa via Satélite, India, **Desarrolo Rural Integral, 29**
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población, 79**
La Escuela en el Aire, India, **Agricultura, 5**
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos, 33**
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población, 83**
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura, 13**
Matemáticas por Radio, Nicaragua, **Educación y Recursos Humanos, 35**
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **Nutrición, 75**
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población, 81**
Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos, 57**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura, 11**
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, Pakistán, **Desarrollo Rural Integral, 27**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 21**
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos, 55**
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud, 13**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura, 9**
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos, 37**
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud, 97**
Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos, 55**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

Financiamiento Local o Auto

Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral, 17**
Acción Cultural Popular Hondureña, Honduras, **Educación y Recursos Humanos, 49**
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición, 59**
El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población, 85**
Laedza Batanani, Botswana, **Desarrollo Rural Integral, 19**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 69**
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud, 101**
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos, 37**

Guatemala

Educación Básica Rural, **Agricultura, 1**
El Proyecto Pila, **Salud, 95**
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, **Población, 89**

Haití

Radio Docteur, (Médico por Radio), **Salud, 101**

Honduras
Acción Cultural Popular Hondureña, **Educación y Recursos Humanos**, 49

Impresión
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17
Acción Cultural Popular Hondureña, Honduras, **Educación y Recursos Humanos**, 49
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos**, 39
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos**, 41
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzanía, **Salud**, 93
El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población**, 85
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población**, 77
El Proyecto Piloto de Foros Agrícola por Radio, Tailandia, **Agricul a**, 3
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población**, 79
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos**, 33
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población**, 83
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura**, 13
Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos**, 57
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura**, 11
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población**, 87
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población**, 89
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, Pakistán, **Desarrollo Rural Integral**, 27
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral**, 25
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, Irán, **Salud**, 103
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición**, 63
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos**, 55
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud**, 101
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos**, 37
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud**, 97
Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos**, 51
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos**, 45

India
Capacitación de Maestros: Programa SITE, **Educación y Recursos Humanos**, 39
Experimento de Televisión Educativa via Satélite, **Desarrollo Rural Integral**, 29
La Escuela en el Aire, **Agricultura**, 5
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, **Nutrición**, 63
Proyecto Poshak, **Nutrición**, 69

Indonesia
El Proyecto Jamu, **Población**, 85

Interpersonal
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17
Asistencia a la Radiodifusión Rural, Afganistán, **Agricultura**, 7
Campaña de Publicidad sobre

Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**
Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, Filipinas, **Nutrición, 67**
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos, 39**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**
Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura, 1**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzanía, **Salud, 93**
El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población, 85**
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población, 77**
El Proyecto Pila, Guatemala, **Salud, 95**
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población, 79**
Laedza Batanani, Botswana, **Desarrollo Rural Integral, 19**
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos, 33**
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población, 83**
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura, 13**
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **Nutrición, 75**
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población, 81**
Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos, 57**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura, 11**
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población, 87**
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población, 89**
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, Pakistán, **Desarrollo Rural Integral, 27**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, Irán , **Salud, 103**
Proyecto Experimental de Nutritión, Brasil, **Nutrición, 61**
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), Estados Unidos, **Desarrollo Rural Integral, 21**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 69**
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos, 55**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura, 9**
Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral, 23**
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos, 37**
Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos, 51**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

Irán
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, **Población, 71**
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, **Salud, 103**

Jamaica
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población, 79**

Kenia
Programa de Administración de

Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, **Agricultura, 11**
Unidad de Cursos por Correspondencia, **Educación y Recursos Humanos, 45**
Zaa Na Uwatunze, **Salud, 99**

LA CAMPAÑA DE PLANIFICACION FAMILIAR (HAVE A HEART) TENGAN CORAZON, 79
Ver las siguientes referencias: América Latina, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Jamaica, Mujeres en Desarrollo, **Población**

LAEDZA BATANANI, 19
Ver las siguientes referencias: Africa, Botswana, **Desarrollo Rural Integral**, Financiamiento Local o Auto, Interpersonal, Medios Folklóricos, Mujeres en Desarrollo

LA ESCUELA EN EL AIRE, 5
Ver las siguientes referencias: **Agricultura**, Asia, Correspondencia, Financiamiento de Gobierno Nacional, India, Radiodifusión

LA TELEVISION EDUCATIVA Y LA REFORMA DE LA EDUCATION
Ver las siguientes referencias: América Latina, Donantes Internacional, **Educación y Recursos Humanos**, El Salvador, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Teledifusión

Lesotho
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**

LOS HIJOS DE MI HERMANO, 83
Ver las siguientes referencias: Africa, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal Medios Folklóricos, Mujeres en Desarrollo, Nigeria, **Población**

MASAGANA 99, 13
Ver las siguientes referencias: **Agricultura**, Asia, Audiovisual, Donantes Internacional, Filipinas, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Radiodifusión, Teledifusión

MATEMATICAS POR RADIO, 35
Ver las siguientes referencias: América Latina, Audiovisual, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Nicaragua, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Radiodifusión

Medios
Ver las siguientes referencias: Audiovisual, Cassettes, Correspondencia, Impresión, Interpersonal, Medios Folklóricos, Película, Radio de Doble Vía, Radiodifusión, Satélite, Teledifusión

Medios Folklóricos
Laedza Batanani, Botswana, **Desarrollo Rural Integral, 19**
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población, 83**
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **Nutrición, 75**
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población, 81**
Proyecto de Igualdad de Accesso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición, 63**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 69**

MEDIOS DE DIFUSION MASIVOS VS. PROGRAMA DIRECTO DE EDUCACION, 75
Ver las siguientes referencias: América Latina, Financiamiento de Gobierno Nacional, Interpersonal,

Medios Folklóricos, México, **Nutrición**, Radiodifusión

METODO DE ANALOGIA AGRICOLA PARA LA PLANIFICACION FAMILIAR, 81
Ver las siguientes referencias:
Audiovisual, Asia, Donantes Internacional, Filipinas, Financiamiento de Gobierno Nacional, Interpersonal, Medios Folklóricos, Mujeres en Desarrollo, **Población**

México
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, **Nutrición, 75**

MOVIMIENTO DE EDUCACION BASICA, 57
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Brasil, Donantes Internacional, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Radiodifusión

MTU NI AFYA
El Hombre es Salud, Tanzanía, **Salud, 93**

Mujeres en Desarrollo
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición, 59**
Campaña de Publicidad sobre Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**
Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, Filipinas, **Nutrición, 67**
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos, 39**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzanía, **Salud, 93**
El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población, 85**
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población, 77**
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población, 79**
Laedza Batanani, Botswana, **Desarrollo Rural Integral, 19**
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población, 83**
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población, 81**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición, 63**
Proyecto Experimental de Nutrición, Brasil, **Nutrición, 61**
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), Estados Unidos, **Desarrollo Rural Integral, 21**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 69**
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud, 101**
Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral, 23**
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos, 37**
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud, 97**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

Nicaragua
Matemáticas por Radio, **Educación y Recursos Humanos, 35**

Niger
Télé-Niger, **Educación y Recursos Humanos, 51**

Nigeria
Los Hijos de mi Hermano, **Población, 83**

Nutrición
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **59**
Campaña de Publicidad sobre Nutrición, Túnez, **71**
Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, Filipinas, **67**
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **75**
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **63**
Proyecto Experimental de Nutrición, Brasil, **61**
Proyecto Poshak, India, **69**

Oriente Medio
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población, 77**
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, Irán, **Salud, 103**

Países
Ver las siguientes referencias:
Afganistán, Alto Volta, Botswana, Brasil, Colombia, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Filipinas, Guatemala, Haití, Honduras, India, Indonesia, Irán, Jamaica, Kenia, Lesotho, México, Nicaragua, Niger, Nigeria, Pakistán, Paraguay, República Dominicana, Senegal, Sri Lanka, Tanzanía, Tailandia, Trinidad, Tobago, Túnez

Pakistán
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, **Desarrollo Rural Integral, 27**

Paraguay
Proyecto Radio Primaria Rural, **Educación y Recursos Humanos, 55**

Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional
Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos, 39**
Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura, 1**
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos, 33**
Matemáticas por Radio, Nicaragua, **Educación y Recursos Humanos, 35**
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población, 89**
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición, 63**
Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral, 23**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**

Película
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral, 17**
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición, 59**
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población, 77**
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura, 11**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población, 87**
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición, 63**
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), Estados Unidos, **Desarrollo Rural Integral, 21**
Proyecto Poshak, India, **Nutrición, 69**

Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura**, 9

POBLACION
El Proyecto Jamu, Indonesia, 85
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, 77
La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, 79
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, 83
Método de Analogía para la Planificación Familiar, Filipinias, 81
Programa de Comercializacion de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, 87
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, 89

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE TANQUES DE INMERSION PARA GANADO EN KIPSIGIS, 11
Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Africa, Audiovisual, Cassettes, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Kenia, Película

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION DE CONTRACEPTIVOS PREETHI, 87
Ver las siguientes referencias:
Audiovisual, Donantes Internacional, Impresión, Interpersonal, Película, **Población**, Radiodifusión, Sri Lanka

PROGRAMA DE PLANIFICACION FAMILIAR-APROFAM, 89
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Guatemala, Impresión, Interpersonal, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, **Población**, Radiodifusión, Teledifusión

PROYECTO DE DESARROLLO RURAL INTEGRAL DE SHADAB, 27
Ver las siguientes referencias:
Asia, **Desarrollo Rural Integral**, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Pakistán

PROYECTO DE IGUALDAD DE ACCESO A LA EDUCACION PARA MUJERES Y NIÑAS, 25
Ver las siguientes referencias:
Africa, Alto Volta, Audiovisual, **Desarrollo Rural Integral**, Donantes Internacional, Financiamiento Local o Auto, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Medios Folklóricos, Mujeres en Desarrollo, Película, Radiodifusión

PROYECTO DE LAS COMUNIDADES RURALES DE KAVAR, 103
Donantes Internacional, Impresión, Interpersonal, Irán, Oriente Medio, **Salud**

PROYECTO DE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, 63
Ver las siguientes referencias:
Asia, Audiovisual, Donantes Internacional, Impresión, India, Medios Folklóricos, Mujeres en Desarrollo, **Nutrición**, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Película, Radiodifusión

PROYECTO EXPERIMENTAL DE NUTRICION, 61
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Audiovisual, Brasil, Donantes Internacional, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, **Nutrición**

PROYECTO PARA EL TERRITORIO INFERIOR DEL YUKON (SKYRIVER), 21
Ver las siguientes referencias:
Desarrollo Rural Integral, Estados Unidos, Financiamiento de Gobierno Nacional, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, Película, Skyriver

PROYECTO POSHAK, 69
Ver las siguientes referencias:

Asia, Audiovisual, Donantes Internacional, Financiamiento Local o Auto, Financiamiento de Gobierno Nacional, India, Medios Folklóricos, Mujeres en Desarrollo, **Nutrición**, Película

PROYECTO RADIO PRIMARIA RURAL, 55
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Donantes Internacional, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Paraguay, Radiodifusión

RADIO DOCTEUR, 101
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Audiovisual, Cassettes, Financiamiento Local o Auto, Financiamiento de Gobierno Nacional, Haití, Impresión, Mujeres en Desarrollo, **Salud**, Radiodifusión

Radio de Doble Vía
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzanía, **Salud, 93**
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud, 97**
Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos, 45**

Radiodifusión
Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral, 17**
Acción Cultural Popular Hondureña, Honduras, **Educación y Recursos Humanos, 49**
Asistencia a la Radiodifusión Rural, Afganistán, **Agricultura, 7**
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición, 59**
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos, 39**
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, Lesotho, **Educación y Recursos Humanos, 41**
Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura, 1**
Educación Sanitaria mediante Radionovelas, Sri Lanka, **Salud, 105**
El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población, 85**
El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población, 77**
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, Tailandia, **Agricultura, 3**
La Escuela en el Aire, India, **Agricultura, 5**
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura, 13**
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **Nutrición, 75**
Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos, 57**
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población, 87**
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral, 25**
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población, 89**
Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos, 55**
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud, 101**
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura, 9**
Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral, 23**
Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos, 37**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

RADIO EDUCATIVE/PROJECTO PILOTO EN MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA EDUCACION DE ADULTOS, 9
Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Africa, Donantes Internacional, Financiamiento de

Gobierno Nacional, Interpersonal, Película, Radiodifusión, Senegal

RADIO MENSAJE, 23
Ver las siguientes referencias: América Latina, Cassettes, **Desarrollo Rural Integral**, Ecuador, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Radiodifusión

RADIO SANTA MARIA, 37
Ver las siguientes referencias: América Latina, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento Local o Auto, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Mujeres en Desarrollo, Radiodifusión, República Dominicana

República Dominicana
Radio Santa María, **Educación y Recursos Humanos**, 37

SALUD
Educación Sanitaria mediante Radionovelas, Sri Lanka, **105**
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), Tanzanía, **93**
El Proyecto Pila, Guatemala, **95**
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, Irán, **103**
Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **101**
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **97**
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **99**

Satélite
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos**, 39
Experimento de Televisión Educativa via Satélite, India, **Desarrollo Rural Integral**, 29
Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud**, 97

Sector
Ver las siguientes referencias: Agricultura, Desarrollo Rural Integral, Educación y Recursos Humanos, Nutrición, Población, Salud

Senegal
Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura**, 9

Skyriver
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon, Estados Unidos, **Desarrollo Rural Integral**, 21

Sri Lanka
Educación Sanitaria mediante Radionovelas, **Salud**, **105**
Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, **Población**, 87

Tailandia
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, **Agricultura**, 3

Tanzanía
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya), **Salud**, 93

Teledifusión
Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición**, 59
Capacitación de Maestros: Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos**, 39
Experimento de Televisión Educativa via Satélite, India, **Desarrollo Rural Integral**, 29
La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos**, 33
Masagana 99, Filipinas, **Agricultura**, 13
Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población**, 89
Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos**, 51

TELEMEDICINA EN ALASKA, 97
Ver las siguientes referencias:
Alaska, Estados Unidos, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Mujeres en Desarrollo, Radio de Doble Vía **Salud**, Satélite

TELE-NIGER, 51
Ver las siguientes referencias:
Africa, Donantes Internacional, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Niger, Teledifusión

Tobago
Campaña de Leche Materna, **Nutrición, 59**

Trinidad
Campaña de Leche Materna, **Nutrición, 59**

Túnez
Campaña de Publicidad sobre Nutrición, **Nutrición, 71**

UNIDAD DE CURSOS POR CORRESPONDENCIA, 45
Ver las siguientes referencias:
Africa, Correspondencia, **Educación y Recursos Humanos**, Financiamiento de Gobierno Nacional, Impresión, Interpersonal, Kenia, Mujeres en Desarrollo, Participacíon de la Agencia para el Desarrollo Internacional, Radio de Doble Vía

ZAA NA UWATUNZE, 99
Ver las siguientes referencias:
Africa, Donantes Internacional, Financiamiento de Gobierno Nacional, Interpersonal, Kenia, Mujeres en Desarrollo, Radiodifusión, **Salud**

PROJECT PROFILES AVAILABLE IN ENGLISH

The following set of 72 *Project Profiles* are available in English. Those that have been translated are denoted by: (A) Arabic; (F) French and (S) Spanish.

AGRICULTURE

Basic Village Education	Guatemala	A, F, S
School-on-the-Air	India	A, F, S
The Radio Farm Forum Pilot Project	Thailand	A, F, S
Mali Livestock II Project	Mali	
Assistance to Rural Broadcasting	Afghanistan	A, F, S
Radio Educative /Pilot Project in Communication Media in Adult Education	Senegal	A, F, S
Kipsigis Homesteads Cattle-Dip Management Program	Kenya	A, F, S
Masagana 99	Philippines	A, F, S
Plan Puebla	Mexico	
Lefatshe La Rona—Our Land	Botswana	
The Training Component of the Thaba Bosiu Rural Development Project	Lesotho	
Radio Huayacacotla	Mexico	

NUTRITION

Experimental Nutrition Project	Brazil	A, F, S
Breastfeeding Campaign	Trinidad and Tobago	A, F, S
Mass Media Nutrition-Advertising Campaign	Philippines	A, F, S
Nutrition Mass Communication Project	India	A, F, S
Project Poshak	India	A, F, S
Nutrition Advertising Campaign	Tunisia	A, F, S
Mass Media vs. Direct Education Program	Mexico	A, F, S

POPULATION

The Have a Heart Family Planning Campaign	Jamaica	A, F, S
The Model Family Planning Project in Isfahan	Iran	A, F, S
Agricultural Analogy Approach to Family Planning	Philippines	A, F, S
The Korean Mothers' Club Program	Korea	
My Brother's Children	Nigeria	A, F, S
The Jamu Project	Indonesia	A, F, S
Batingaw	Philippines	
Preethi Marketing Program	Sri Lanka	A, F, S
APROFAM Family Planning Program	Guatemala	A, F, S

HEALTH

Man is Health (Mtu Ni Afya)	Tanzania	A, F, S
The Pila Project	Guatemala	A, F, S
Telemedicine in Alaska	United States	A, F, S
The Danfa Comprehensive Rural Health and Family Planning Project	Ghana	
The Candelaria Project	Colombia	
Zaa Na Uwatunze	Kenya	A, F, S
Radio Doctor	Haiti	A, F, S
Promotores de Salud	Guatemala	
The Kavar Village Project	Iran	A, F, S
Health Education Radio Dramas	Sri Lanka	A, F, S