

DN-AAX-392

ISBN 50560

Perfiles de Proyectos

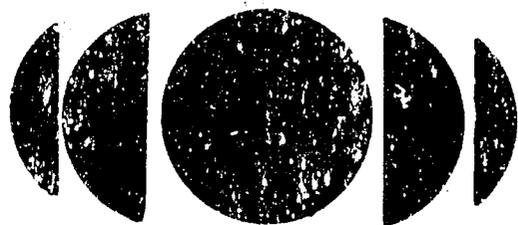
Women in Development
Agency for International Development
Room 5245, Far State
Washington, D. C. 20523
(202) 632-5392

Date of Acquisition.....

Source.....

ESTUDIOS DE LA A.I.P. DE LOS ESTADOS UNIDOS
SOBRE LA TECNOLOGIA EDUCATIVA Y LOS SISTEMAS
DE COMUNICACION APLICADOS AL DESARROLLO

Office of Education
Development Support Bureau
US Agency for International Development
Washington D.C. 20523 USA
Tel. (703) 235-9063



Preparado por

CLEARINGHOUSE ON DEVELOPMENT COMMUNICATIONS
1414 22nd St. N.W. / Washington D.C./20037

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 sus ellos y para ellos
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y grabadoras con cassettes
DONANTE-PATROCINADOR:	"Nonformal Education", Proyecto de la Universidad de Massachusetts, con fondos proporcionados por la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos
DURACION:	Continúa todavía (fue iniciado en agosto de 1972)
PARA MAYOR INFORMACION DIRIJASE A:	Faдре 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 radiooyentes 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 radiocyentes, 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 radiocyentes, 2) promover el desarrollo comunitario, y 3) mejorar las habilidades matemáticas y literarias de los radiocyentes.

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 MERECEAN 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 Ickis 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

LAEDZA BATANANI

Botswana

BENEFICIARIOS:	Los habitantes de los pueblos en la sección nor-este 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:	Tatume Community College, División de Servicios Extramuros; Equipo de Divulgación Subdistrital de Tutume; Botswana Extension College
DURACION:	El proyecto fue iniciado en 1974 y aún continúa
PARA MAYOR INFORMACION DIRIJASE A:	Ross Kidd, Botswana Extension College, Private Bag 0043, Gaborone, Botswana; 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 continuamente para que puedan oírlos 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 inyecciones 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 discutir las 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

5

DESARROLLO INTEGRADO

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
DONANTE-PATROCINADOR:	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 MERECEAN 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", *Instructional Technology Report*, Washington, D.C., julio-agosto de 1974.

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)
DONANTE-PATROCINADOR:	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, Apdos. 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 para el desarrollo comunitario. Comenzó a efectuar las transmisiones, inicialmente desde una sola estación de radio en Sutatenza.

Lo que anteriormente era sólo un experimento se ha convertido en una institución. *Accion 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 radiooyentes 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 radiooyentes 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 International 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

LA ESCUELA EN EL AIRE

India

BENEFICIARIOS:	Campeños de la India
OBJETIVO:	Transmitir, mediante programas de radio, conocimientos sistemáticos de las ciencias agrícolas a los campesinos radiooyentes.
MEDIOS DE DIFUSION:	Programas de radio, complementados por correspondencia
DONANTE-PATROCINADOR:	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 radiooyentes 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 asumió que si se proporcionaba a los campesinos radiooyentes 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 radiooyentes tuvieran 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 de cada programa, se hicieron preguntas por radio. Antes de que los radiooyentes 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 radiooyente 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 radiooyentes 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 radiooyentes 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 radiooyentes estaban 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 serán los probables líderes agrícolas: - los posibles promotores del proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEAN DESTACARSE:

- ° A fin de medir las posibilidades de los radiooyentes para convertirse en promotores del proyecto, los investigadores compararon las características sociopersonales 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 radiooyentes alternara las transmisiones futuras, ni que los instructores pidieran directamente a los radiooyentes 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 mis

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

EL PROYECTO PILOTO DE FOROS AGRICULAS 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 PNUJ/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, Department 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 radiooyentes. 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 radiooyentes 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 las ideas y métodos de ambos. Los problemas que no podían ser resueltos entre los grupos de radiooyentes 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 radiooyentes 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 MERECEAN 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.

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

MATEMATICAS POR RADIO

Nicaragua

BENEFICIARIOS:	Niños de la escuela primaria de Nicaragua
OBJETIVOS:	Desarrollar un sistema prototipo para la enseñanza de las matemáticas elementales
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, complementada con instrucción en las aulas y materiales impresos
CONANTES-PATROCINADORES:	La Oficina de Asistencia Técnica de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos; el Gobierno de Nicaragua
DURACION:	El programa fue iniciado en julio de 1973 y continuará hasta junio de 1979
PARA MAYOR INFORMACION DIRIJASE A:	Ms. Jamesine Friend, Apdos. 122, Masaya, Nicaragua; Dra. Barbara Searle, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Ventura Hall, Stanford University, Stanford, CA 94505, U.S.A.

DESCRIPCION:

El Proyecto de Matemáticas por Radio es un ensayo para elaborar y transmitir 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 noventa y dos 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, Stanford, CA, 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

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

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
DONANTE-PATROCINADOR:	El Gobierno de El Salvador (ayudado por la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, la UNESCO, otras agencias de ayuda internacional y los gobiernos de Méjico y Japón)
DURACION:	El proyecto se llevó a cabo durante los últimos 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, Institute for Communication Research, Cypress Hall, Stanford University, Stanford, CA 94305, U.S.A.; Dr. Henry T. Ingle, 7938 Bayberry Drive, Alexandria, VA 22306, U.S.A.

DESCRIPCION:

El proyecto de *Televisión Educativa* de 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 capacitación, 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 u ocasionaron un considerable crecimiento en las inscripciones en las clases.

El núcleo de planes de estudio revisados se transmitió por televisión, 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 aún 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 comúnmente 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 MERECEAN DESTACARSE:

- ° La recepción de los estudiantes ante la televisión educativa fue mayor con respecto a las matemáticas o las ciencias naturales. Sin embargo, el adelanto logrado en las matemáticas fue 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

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

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 analfabetismo 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 radiooyentes, 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 MERECEAN DESTACARSE

- En 1976, el efecto usual de una baja pluviosidad sobre los rendimientos de las cosechas fue exacerbadado 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

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
DONANTE-PATROCINADOR:	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, sí, entre otras cosas, fueron inoculados contra las enfermedades de la niñez.

ASPECTOS QUE MERECE 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 transmitir 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

25

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 periódicos 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 volumen 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 MERECEEN 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 próximamente el 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.

POBLACION

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 CAIFE, 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 sacados 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

23

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 distribuidos 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 el logrado 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 MERECEAN 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

POBLACION

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 imagen de virilidad o feminidad
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y la prensa
DONANTE-PATROCINADOR:	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 "Planifiquen su familia, mejore su vida" y "Muchachas, no tenéis 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 radiooyentes 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 margen de campañas previas de control de la natalidad. Las distintas marcas de anticonceptivos recomendadas y distribuidas 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, telefonar 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 MERECEAN 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, Setiembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

POBLACION

EL PROYECTO MODELO DE PLANIFICACION FAMILIAR EN ISFAHAN

Iran

BENEFICIARIOS:	Mujeres de los distritos urbanos y rurales de Irán
OBJETIVOS:	Aumentar la aceptación de los anticonceptivos por parte de las mujeres, y promover su uso ccntínuo 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 Planificacion 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 MERECEAN 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, Francia.

34

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

37

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
DONANTE-PATROCINADOR:	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. 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.

RESULTADO:

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 transmitían 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 índole 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 MERECEAN 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 procedimiento 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

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
DONANTE-PATROCINADOR:	El Gobierno de Tanzania 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, The Ontario Institute for Studies in Education, 252 Bloor St. West, Toronto, Canada M5S 1V6

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 Tanzania, la campaña constituyó un esfuerzo de desarrollo integrado.

El proyecto fue apoyado e iniciado por el único partido político de Tanzania (la Unión Nacional Africana de Tanzania), el Instituto para Educación de Adultos, unas seis agencias gubernamentales y Radio Tanzania. 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 con 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 Tanzania -- 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 MERECEAN 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 acción 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, The Dept. of Education, The World Bank, Washington, D.C. Mayo 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977