

1
PFA Slides
10

ORGANIZACION PANAMERICANA DE LA SALUD

CENTRO PANAMERICANO DE FIEBRE AFTOSA

**SEMINARIO INTERNACIONAL SOBRE
COMUNICACION Y EDUCACION EN PROGRAMAS DE SALUD ANIMAL**

Rio de Janeiro, Brasil, 17 a 19 de marzo de 1980

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	5
PROGRAMA	7
LISTA DE PARTICIPANTES	9
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	13
INFORMES DE LOS PAISES	
Argentina	17
Bolivia	21
Brasil	27
Colombia	37
Chile	45
Ecuador	53
Paraguay	57
Uruguay	67
DOCUMENTOS DE TRABAJO	
Investigación en los programas de comunicación el caso del ICA, Colombia Luis Hernán Rincón Rincón, Ph.D.	73
Planeación y evaluación de actividades de comunicación rural ¿Dónde está la falla? Luis Hernán Rincón Rincón, Ph.D.	85
Aspectos pedagógicos del uso de la comunicación en programas de salud animal Juan Díaz Bordenave	99
La necesidad de comunicación rural en los programas de salud animal Juan Díaz Bordenave	107
Comunicación y participación pública en programas de sanidad animal Patricia Chain, M.S.	119

INTRODUCCION

Atendiendo a la IX Resolución de la Sexta Reunión Ordinaria de la Comisión Sudamericana para la Lucha contra la Fiebre Aftosa (COSALFA VI, Rio de Janeiro, Brasil, marzo de 1979), el Centro Panamericano de Fiebre Aftosa organizó este Seminario sobre Comunicación y Educación en Salud Animal, cuyo objetivo principal fue la evaluación de las actividades de comunicación en los programas de salud animal que adelantan los países de América del Sur, con mayor énfasis en las campañas de control de la fiebre aftosa, a fin de proporcionar elementos y mecanismos evaluativos para alcanzar una mayor participación de la comunidad en dichos programas.

Los participantes del Seminario fueron los médicos veterinarios Directores de los Programas de Salud Animal y de Control de la Fiebre Aftosa de los países de América del Sur.

Los temas magistrales que se presentaron estuvieron a cargo de especialistas en comunicaciones y educación sanitaria del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y Núcleo de Tecnología Educativa para la Salud/Centro Latino Americano de Tecnología para la Salud (NUTES/CLATES).

En este documento se presentan las conclusiones y recomendaciones del Seminario y los documentos de trabajo utilizados que fueron presentados por los representantes de cada país y los especialistas.

PROGRAMALunes 17

- 09:00 - 09:15 - Inauguración
- 09:15 - 10:15 - Las necesidades de comunicación rural en los programas de salud animal. Dr. Juan Díaz Bordenave.
- 10:15 - 10:30 - Receso
- 10:30 - 12:20 - Informes de los países sobre las actividades de comunicación rural de los programas de salud animal:
 - 10:30 - 10:50 - Argentina
 - 10:50 - 11:10 - Bolivia
 - 11:10 - 11:40 - Brasil
 - 11:40 - 12:00 - Colombia
 - 12:00 - 12:20 - Chile
- 12:20 - 13:30 - Almuerzo
- 13:30 - 14:30 - Aspectos pedagógicos del uso de la comunicación en programas de salud animal. Dr. Juan Díaz Bordenave.
- 14:30 - 14:50 - Receso
- 14:50 - 16:00 - Informes de los países (continuación)
 - 14:50 - 15:10 - Ecuador
 - 15:10 - 15:30 - Paraguay
 - 15:30 - 16:00 - Perú

Martes 18

- 08:45 - 09:45 - Informes de los países (continuación)
 - 08:45 - 09:05 - Uruguay
 - 09:05 - 09:25 - Venezuela
 - 09:25 - 09:45 - Discusión
- 09:45 - 10:30 - Aspectos sociológicos. Participación de la comunidad. Dr. Carlos Linger
- 10:30 - 10:45 - Receso
- 10:45 - 11:30 - Comunicación y participación pública en programas de sanidad animal. Patricia Chain, M.S.
- 11:30 - 12:30 - Planificación de campañas e investigación en programas de comunicación rural. Dr. Hernán Rincón.
- 12:30 - 13:30 - Almuerzo
- 13:30 - 14:00 - Participación de la comunidad en el control del brote de peste porcina africana en Cuba. Dr. Félix J. Rosenberg.
- 14:00 - 16:00 - Grupos de trabajo

Miércoles 19

- 09:00 - 12:15 - Grupos de trabajo (continuación)
- 12:30 - 13:30 - Almuerzo

- 13:30 - 16:00 - Conclusiones y Recomendaciones
Informe final.

LISTA DE PARTICIPANTESARGENTINA

Dr. Federico González Grey
 Director Nacional de Sanidad Animal
 Servicio Nacional de Sanidad Animal - SENASA
 Paseo Colón 922
 Buenos Aires

Dr. Eduardo Pedro Pereda
 Asesor de la
 Secretaría de Agricultura y Ganadería
 de la República Argentina
 Paseo Colón 974
 Buenos Aires

BOLIVIA

Dr. Marcial Arteaga Hayashida
 Director Ejecutivo
 Servicio Nacional de Control de la Fiebre Aftosa,
 Rabia y Brucelosis - SENARB
 Calle Suárez Miranda, 333
 Quillacollo - Cochabamba

Dr. Mario Torrico Morales
 Jefe Nacional de Educación Sanitaria y
 Comunicaciones - SENARB
 Casilla de Correo 160
 Cochabamba

BRASIL

Dr. Francisco de Assis Sampaio
 Méd. Vet. Educação Sanitária
 Delegacia Federal de Agricultura -DFA, MA, Rio
 Alameda São Boaventura 770 - Fonseca
 24.100 - Niteroi, RJ

Dr. Sebastião Amoêdo de Barros
 Assessor Comunicação
 Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural - EMATER-Rio
 Alameda São Boaventura 998 - Fonseca
 24.100 - Niteroi, RJ

COLOMBIA

Dr. Pedro León Velázquez L.
 Gerente General
 Instituto Colombiano Agropecuario - ICA
 Calle 37 N. 8 - 43 8º piso
 Bogotá

Dr. Gustavo Manrique Londoño
 Subgerente Producción Pecuaria
 Instituto Colombiano Agropecuario - ICA
 Diag. 22B N.43A - 31
 Bogotá

COLOMBIA (cont.)

Dr. Luis Hernán Rincón Rincón
Director (E) Biblioteca Agropecuaria de Colombia - BAC
Instituto Colombiano Agropecuario
Apartado 151123
Bogotá

CHILE

Dr. Jorge R. Benavides Muñoz
Director División Pecuaria
Servicio Agrícola y Ganadero
Casilla 4527 - Correo 2
Santiago

Dr. Renato González Rosas
Encargado Proyecto Control y Erradicación
Fiebre Aftosa
Servicio Agrícola y Ganadero
Av. Bulnes 140 - 7° piso
Santiago

ECUADOR

Dr. Pedro Hugo Díaz Estrella
Director del Programa Nacional de Sanidad Animal
Ministerio de Agricultura y Ganadería
Casilla 108
San Blas - Quito

PARAGUAY

Dr. Juan Pablo Romero
Presidente y Jefe Administrativo
Servicio Nacional de Sanidad Animal - SENACSA
Km 10 1/2 Ruta Mariscal Estigarribia
Ciudad Universitaria de San Lorenzo

Dr. José Wilfrido Medina Mendoza
Jefe División de Educación Sanitaria y Divulgación
Servicio Nacional de Sanidad Animal - SENACSA
Km 10 1/2 Ruta Mariscal Estigarribia
Ciudad Universitaria de San Lorenzo

Dr. Celso Regúneza
Sub-Jefe División Educación Sanitaria y Divulgación
Servicio Nacional de Sanidad Animal - SENACSA
Km 10 1/2 Ruta Mariscal Estigarribia
Ciudad Universitaria de San Lorenzo

URUGUAY

Dr. Artigas Figares Lockhart
Director, Dirección de Lucha contra la F.A. - DILFA
Ruta 8 Km 29 - Pando

VENEZUELA

Dr. Humberto Olmos Colmenares
Director de Sanidad Animal
Ministerio de Agricultura y Cría
Torre Norte, Piso 12 C.S.B.
Caracas

ORGANISMOS INTERNACIONALES

B I D

Dr. Enrique Estuardo Torres
Especialista Sección Ganadera y Comercialización
Banco Interamericano de Desarrollo
801 - 17th Street N.W.
Washington, DC 20577 - USA

Dr. Ildeu Pereira dos Reis
Asistente Especialista Sectorial
Banco Interamericano de Desarrollo
Palácio da Agricultura - Andar Térreo - SBN
Brasília, DF - Brasil

OIEA/OEA

Dr. Pedro N. Acha
Asesor Especial del Director General
Programa de Salud Animal
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas
1889 F Street N.W. - Suite 800
Washington, DC 20006 - USA

Dr. Juan Díaz Bordenave
PhD - Especialista en Comunicación Agrícola
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas
Praia do Flamengo, 322 - 8º andar
Rio de Janeiro, Brasil

FAO/NU

Srta. Patricia Chain
Oficial de Comunicación
Caixa Postal 589
Rio de Janeiro, RJ - Brasil

OPS/OMS

Dr. Mário V. Fernandes
Jefe, Programa Especial Salud Animal
PAHO/WHO
525 - Twenty Third Street N.W.
Washington, DC 20037 - USA

OPS/CPFA

Dr. Raúl Casas Olascoaga
Director

Dr. Roberto Goiç M.
Jefe Asesoría de Campo

Dr. Jaime Estupiñán A.
Jefe de Adiestramiento e Información

Dr. Félix J. Rosenberg
Epidemiólogo

Dr. José Freire de Faria
Consultor CPFA
Ministerio de Salud Pública
Casilla 839
Asunción - Paraguay

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

1.1 Situación General

En los informes presentados por los países existe acuerdo sobre la importancia de la comunicación y educación sanitaria como apoyo a los programas de salud animal para lograr la participación de la comunidad. Se expresó además el interés en realizar una gran labor pero se hizo notar que no se dispone de todos los medios y métodos para realizarla.

Se observó que todos los países están desarrollando actividades de comunicación y en la mayoría de ellos existen unidades de comunicación y educación en diversos niveles de desarrollo y organización.

1.2 Observaciones sobre la Organización de las Unidades de Comunicación y Educación Sanitaria

Se notaron deficiencias en:

- la coordinación entre las varias agencias nacionales e internacionales que trabajan en el campo;
- los recursos humanos, financieros y materiales disponibles;
- el adiestramiento para el personal de nivel central y del campo; y
- en la aplicación de las campañas.

1.3 Actividades con Personal de Campo, Productores y Público en General

Se notó falta de capacitación del personal de campo para promover la participación de los beneficiarios de los programas de salud animal para lograr una mayor eficiencia en el cumplimiento de los programas.

1.4 Material Audiovisual e Impreso

Se notó:

- una apreciable producción de materiales impresos y en menor escala, materiales audiovisuales;

- poco conocimiento en la región de los materiales producidos en los diferentes países; y
- falta de evaluación sobre la adecuación de los materiales a los objetivos especiales de las campañas de comunicación.

Evaluación

Se identificó:

- muy poca actividad en esta área; y
- ausencia o poca utilización de métodos apropiados para medir los efectos de las campañas o de los materiales audiovisuales impresos.

Investigación

Se observó una falta casi total de trabajo en este campo y poco conocimiento de los trabajos que han realizado algunos países de la región.

2. RECOMENDACIONES

Se reitera la necesidad de continuar trabajando para cumplir las recomendaciones del Seminario sobre Técnicas de Divulgación y Educación de la Comunidad para los Programas de Control y Prevención de la Fiebre Aftosa, celebrado en Bogotá en 1973 (ver Anexo pág. 16).

Se recomienda usar métodos de diagnóstico de las necesidades de comunicación y educación sanitaria, a través de grupos multidisciplinarios de cada país.

Se recomienda establecer, a través de la OPS, una metodología para definir objetivos generales y específicos, en términos de comportamiento de las comunidades, que den la base para el trabajo de campo y la evaluación.

Se recomienda a los países tener en cuenta las unidades de comunicación existentes para coordinar, a través de la OPS, programas de entrenamiento en servicio sobre diferentes aspectos de comunicación y educación sanitaria en las campañas de salud animal.

Se solicita de las entidades financieras, como el BID, la ayuda necesaria para realizar las actividades de adiestramiento.

Se considera importante realizar evaluaciones periódicas de las actividades

de comunicaciones y educación sanitaria de los programas de salud animal, para lo cual se solicita a la OPS la elaboración de una guía en base a la experiencia de los programas actuales de los países.

- 2.7 Para la elaboración de materiales impresos y audiovisuales, así como para la ejecución del trabajo de comunicación y educación con la comunidad, se recomienda tener en cuenta que existen tecnologías y metodologías apropiadas sobre aspectos pedagógicos y de comunicación, que permiten una mayor eficiencia en el trabajo incluyendo las pruebas previas y las evaluaciones.
- 2.8 Se recomienda a los países que a través de la OPS se establezca un mecanismo de coordinación para la producción de audiovisuales e impresos, con el fin de utilizar en la mejor forma los recursos disponibles.
- 2.9 Se recomienda elaborar una guía regional a través de la OPS para la producción de material impreso y audiovisual, aprovechando para ello la experiencia alcanzada en algunos países.
- 2.10 Se sugiere apoyar el proyecto del banco de materiales de comunicación y educación sanitaria y solicitar a los países el envío al CPFA de todos los materiales que están utilizando en los programas de salud animal.
- 2.11 A fin de evaluar el avance de los programas de comunicaciones y educación sanitaria en salud animal, se recomienda a la OPS a través del CPFA la realización más frecuente de seminarios sobre este tema.
- 2.12 Se recomienda intercambiar, a través del CPFA, los documentos sobre métodos y resultados de investigación en comunicación que tengan los diferentes países.
- 2.13 Se recomienda establecer proyectos de investigación en comunicación, que sean ágiles y brinden resultados a corto plazo, y que sirvan de base para desarrollar niveles más complejos de investigación en comunicación.
- 2.14 Se recomienda a las Facultades de Veterinaria incluir en el currículo asignaturas y temas sobre comunicación rural y educación sanitaria.
- 2.15 Se recomienda a los países que en la ejecución de actividades de educación sanitaria se dé atención prioritaria a los pequeños productores.
- 2.16 Se solicita a la OPS que asigne al CPFA los recursos económicos necesarios para que preste a los países la cooperación técnica sobre comunicación y educación sanitaria.

SEMINARIO SOBRE TECNICAS DE DIVULGACION Y EDUCACION DE LA COMUNIDAD
PARA LOS PROGRAMAS DE CONTROL Y PREVENCION DE LA FIEBRE AFTOSA

Bogotá - Colombia, 2 al 20 de julio de 1973

C O N C L U S I O N E S

Los participantes llegaron a las siguiente conclusiones:

1. Consideran como indispensable que todas las campañas de control y/o prevención de la Fiebre Aftosa incorporen un programa de comunicación y educación mediante el establecimiento de una unidad o unidades especializadas, acorde con la estructura de la campaña.
2. Recomendar a los países participantes que la guía de comunicación y educación elaborada durante este seminario* sea utilizada en forma inmediata y evaluada, en un plazo de un año, a partir de su aplicación.
3. Sugerir al Centro Panamericano de Fiebre Aftosa que su departamento de Adiestramiento e Información, amplíe sus actuales funciones en el campo de la comunicación y educación sanitaria.
4. Tender a la capacitación en comunicación a todos los niveles, de los funcionarios y técnicos que participan en Programas Nacionales de Control y Prevención de la Fiebre Aftosa.

* Lineamientos generales para acciones de comunicación social en programas de lucha antiaftosa.

INFORMES DE LOS PAISES

ARGENTINA

Deseo en este momento que se me ha asignado, más que informar sobre las actividades de comunicación rural de los programas de salud animal, hacer conocer como se ha concebido en nuestro Servicio Sanitario el área de información a la comunidad y sobre que bases y fundamentos estamos comenzando a desarrollarla en nuestros programas de sanidad animal.

Conocemos perfectamente que uno de los factores que contribuye al éxito de cualquier programa sanitario es el hacer participar, motivar e informar correctamente a todos los sectores involucrados en las respectivas luchas sanitarias que se realicen.

Es evidente que para la aplicación justa y correcta del método, es necesario que los individuos a cargo de realizar las actividades de información, tengan un claro conocimiento de las metas fijadas en los programas, de esta manera se puede llegar a la comunidad con todo el peso necesario para que ésta comprenda y sea motivada, y se obtenga así una participación activa y positiva y su cooperación para el logro de los objetivos trazados.

Para ello ha sido necesario estudiar y meditar detenidamente, cuales métodos son los correctos para obtener lo que realmente nos proponemos y necesitamos. Es así que en muchas oportunidades nos ha parecido mucho más positivo elegir como medio para llegar a la comunidad el realizar reuniones directamente con Asociaciones de Productores, Cooperativas, etc. por la posibilidad de poder discutir "in situ" los aspectos sobresalientes de cada uno de los programas que a elegir los medios masivos como radio, televisión, que si bien es reconocida su eficiencia, encarece económicamente la puesta en marcha del proceso. Sobre este último aspecto creo necesario resaltar que con algunas diferencias entre nuestros países, debido a los limitados recursos financieros en las áreas de salud animal, es menester que los responsables de la puesta en práctica del sistema de comunicación, sepan elegir los medios apropiados para que éste alcance los resultados positivos esperados y no realizar meras improvisaciones de confeccionar afiches, publicaciones y hasta charlas que no alcancen los efectos deseados con la consecuente pérdida económica que esto implica.

Como se puede observar luego de analizados sintéticamente los motivos expuestos, es fundamental fijar dentro del área el "know how" del desarrollo del programa de comunicación como así también efectuar un análisis profundo del "como" es la comunidad que recibiría la información. Este "como" entre comillas significa establecer qué niveles de la comunidad son necesarios incluir para que la respuesta esperada sea positiva. En resumen, con esto quiero decir cuan importante es para el desarrollo del plan establecer estrategias que eviten los errores en la utilización de los factores que componen el programa.

El método elegido en nuestro país de acuerdo a lo indicado por reconocidos especialistas en el tema, y que nosotros consideramos sumamente práctico, tiene como fundamento estructural tres componentes básicos.

1. Fuente emisora es decir el conjunto de elementos que conformen el programa de comunicaciones incluido el individuo perfectamente preparado para dinamizar la emisión.
2. Fuente receptora es decir todos los estratos que conformen la comunidad a la cual está dirigido el programa.
3. Calidad de la emisión, es decir el conjunto del contenido de las comunicaciones - medios que se utilizan para que el contenido sienta efecto en la comunidad.

La estrategia trazada para cada uno de estos tres componentes, siguiendo las indicaciones de los especialistas del tema (OPS ó FAO como fuente) ha tomado como premisas lo siguiente:

Respecto al primer componente: manejo de metas precisas, conociendo en profundidad el programa a aplicar.

Conocer cómo se compone la comunidad y qué se espera de ella. Posibilidad de brindar un real conocimiento de como está planificado el programa para su puesta en práctica.

En cuanto al segundo componente: es fundamental conocer las características de la comunidad y donde se agrupan normalmente, y qué factores negativos pueden haber incidido para que el receptor no cumpla con lo esperado.

El tercer componente: la justa elección del contenido de los mensajes que motiven en buena forma al receptor y cuales medios de comunicación son más apropiados para llegar a la comunidad.

Informe sobre Comunicación de los Programas de Salud Animal

Organización de las Unidades

Programas y Personal a Nivel Control

Fiebre Aftosa	2
Garrapata	1
Rabia	1
Brucelosis	2
Sarna	1
Endoparasitosis	1
Aves	1
Servicios Especiales	2
Grandes Luchas	2
Estadística	1
<hr/>	
Total	14

Profesionales a Nivel Regional

Inspectores Generales:	22
Veterinarios Locales:	280
Comisiones Locales:	280
Delegaciones:	2 000

1.2 Entrenamiento Recibido

1 Veterinario, Curso de Comunicación Rural y Educación Sanitaria en Brasil.

1.3 La Coordinación existente con entidades nacionales se realiza exclusivamente con INTA.

- A Nivel Provincial, cada subsecretaría de Asuntos Agrarios colabora con la difusión de los postulados del programa de fiebre aftosa.
- Se cuenta en estos momentos con la colaboración del Centro Panamericano de Fiebre Aftosa para distribuir en todas las Comisiones Locales sus impresos.

2. Actividades con Productores, Personal de Campo, etc.

Lo único utilizado es:

- Diarios y emisoras de radio locales a nivel de Comisión Local o sea a nivel Partido.
- Distribución de panfletos e instructivos a nivel de productor.
- Realización de charlas y conferencias a nivel de escuelas primarias y secundarias, donde es posible por su existencia escuelas agrícolas, por parte de los veterinarios locales.
- Reuniones periódicas con representantes de cooperativas de productores, sociedades rurales, etc., por medio de las Comisiones Locales que funcionan una por departamento de cada provincia, y que están formadas por cuatro miembros: un veterinario local y tres representantes por los productores.
- Reuniones mensuales con todos los veterinarios locales donde reciben instrucciones y material de difusión.

3. Materiales

3.1 El Servicio Nacional de Sanidad Animal cuenta con 1 técnico fotógrafo a cargo del área de difusión. Este cuenta con máquinas fotográficas con todos sus elementos técnicos, proyectores de 16mm y super 8.

Grabadores para ser utilizados en la composición de audiovisuales y difundir varios materiales audiovisuales cedidos por organismos internacionales. Si bien existen dificultades para su plena utilización ya sea de orden económico, como carencia de técnicos para producir materiales, se está en estos momentos estudiando la posibilidad de un convenio con EE.UU., vía Comisión Mixta Argentina - Norteamérica para formar individuos en esas disciplinas.

A nivel de Partido cooperan solamente las radios y periódicos locales.

2.2 La distribución de textos y panfletos es realizada desde las oficinas centrales por intermedio del personal con funciones en el interior.

2.3 No existe intercambio en lo que se refiere a comunicación rural y educación sanitaria.

4. Evaluación

4.1 Los resultados se consideran positivos y alentadores. No se cuenta con un sistema de evaluación.

4.2 Si bien los materiales son escasos los resultados se consideran satisfactorios.

BOLIVIA

Introducción

El Servicio Nacional de Control de la Fiebre Aftosa, Rabia y Brucelosis SENARB fue creado en Bolivia, mediante el Decreto Supremo 14012 del 8 de octubre de 1976 como una institución descentralizada del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios, con el objetivo básico de prevenir, controlar y erradicar esas tres enfermedades.

El país tiene una extensión de casi 1.100.000 km² y está dividido en nueve departamentos, en los cuales se tiene actualmente alrededor de 4.000.000 cabezas de ganado bovino, que se explotan bajo dos sistemas muy bien diferenciados, uno de ganadería extensiva en la región tropical, al oriente y otro de ganadería de minifundio en el Altiplano y en los valles del occidente del país.

La fiebre aftosa apareció por primera vez en Bolivia en 1912 en el Departamento de Cochabamba y desde allí se ha ido extendiendo hasta afectar prácticamente todo el territorio nacional, considerándose enzoótica desde 1938.

En realidad el SENARB inició su acción en enero de 1977 con un presupuesto conformado por recursos provenientes de un Préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo que están destinados a la dotación de las construcciones, equipos y materiales necesarios para la implementación física y técnica del mismo, y de recursos del Tesoro General de la Nación destinados a cubrir los gastos de operación y los llamados "Servicios Personales".

A partir de esa fecha y en el lapso futuro de doce años, el Servicio debe cumplir tres etapas de cuatro años cada una, al término de las cuales deberá cubrir todo el país. Actualmente está finalizando la primera etapa que comprende acciones en los Departamentos de Cochabamba y Santa Cruz y organización de la institución para el trabajo proyectado. Afortunadamente el BID ha concedido dos años de prórroga al Convenio de Préstamo 464/SF-B0, que fenecía el 6 de marzo de 1980.

En general, el campesinado de Bolivia, que constituye por lo menos el 60% de la población sujeto del SENARB, es analfabeto, o tiene muy bajo nivel de escolaridad y se afirma que entre los alfabetos no existe la costumbre de leer. Esto último se sustenta diciendo que por ello en Bolivia sólo se editan de 1.000 a 2.000 ejemplares de las obras de interés general y se imprime un ejemplar de periódico por cada 35 a 40 habitantes.

La coexistencia del Castellano, el Quechua y el Aymara hacen de Bolivia un país *sui generis* en cuanto a idioma, constituyéndose ello en una seria limitante para nuestro trabajo. Aproximadamente el 60% de la población del país habla y entiende solamente Quechua o Aymara, el 30% utiliza Castellano y una de estas dos lenguas y el 10% restante habla solamente castellano.

En cuanto a la estratificación económica, tomando solamente al sector agropecuario, se puede decir que existen en el país áreas sumamente diferentes: mientras en Cochabamba se ha calculado por ejemplo que en este año el

promedio de tierra explotada por persona será de 0,19 Has, para el Beni este promedio está por encima de las 200 Has. Asimismo, mientras en Cochabamba en 1975 el 19% de la gente que tenía ganado no tenía tierra, en Santa Cruz no se registraron ganaderos sin tierra.

Para efectos de la labor de educación sanitaria en nuestro país y tomando como base mínima la información expuesta y alguna otra, se han establecido tres categorías de productores sujetos de nuestro trabajo: a) los que solamente hablan Quechua o Aymara, que tratamos de describirlos con la expresión "Indígenas Pobres". b) los que hablan Castellano y una lengua indígena, la mayoría de los cuales pueden equipararse con los medianos productores de nuestros países; y c) los transportistas y comerciantes, que juegan un importante papel en nuestro medio tanto por la cantidad de ganado que manipulan como por las distancias que recorren y la organización que tienen (existe la Asociación Nacional de Compradores de Ganado en pie).

Organización de la Unidad de Comunicación y Educación Sanitaria del SENARB

Organización y Número de Profesionales

El organigrama del SENARB contempla un Director Ejecutivo a la cabeza, un Jefe de Campo en un segundo escalón, (que equivale al Director Técnico de la Institución), y dependiendo de éste, entre otras, la División de Educación Sanitaria y Comunicaciones.

Esta División cuenta actualmente con un Jefe que es un Médico Veterinario que tiene sede en Cochabamba y que además de trazar las políticas de su dependencia debe velar por el funcionamiento de la misma y realizar las acciones de campo en Cochabamba. Esto último mientras se reintegra el comunicador regional de este departamento.

A nivel regional cuenta con un Médico Veterinario y a nivel central tiene bajo su dirección una pequeña imprenta offset y un dibujante en una oficina de arte.

Entrenamiento recibido

El Jefe de la División fue entrenado en un Curso de Educación Sanitaria y Comunicaciones para Salud Animal en el CPFA en Rio de Janeiro, de octubre a diciembre de 1978. Además, conjuntamente con el Veterinario de Santa Cruz y el que está designado para Cochabamba han recibido adiestramiento en servicio de parte de un consultor de la OPS. De otra parte en Santa Cruz se cuenta con otro profesional capacitado también en Rio de Janeiro, en esta disciplina, que asesora y colabora al comunicador regional.

Equipos disponibles

El SENARB cuenta en este momento con una pequeña máquina offset, una

policopiadora (mimeógrafo) y una fotocopiadora. Se están recibiendo proyectoras de cine de 16 mm. y super 8, proyectoras de slides, una filmadora super 8, equipos de amplificación de sonido y cámaras fotográficas, todo ha sido adquirido con recursos del Préstamo del BID.

Estos equipos permitirán elaborar las ayudas visuales y audiovisuales que se suministrarán a los veterinarios de los Centros Veterinarios (que son nuestras dependencias a nivel de campo) para que utilicen en las proyectoras de slides que se les suministrará. Pronto equiparemos por lo menos dos jeeps con amplificación de sonido y proyectoras de cine y de slides que facilitarán y ayudarán en el trabajo educativo del campesinado.

1.4 Coordinación

A nivel nacional el Servicio ha establecido y mantiene en cada regional estrecho contacto y colaboración mutua casi permanente con las direcciones departamentales del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios; con Formación de Mano de Obra (FOMO) del Ministerio de Trabajo, con la Asociación de Productores de Leche; Planta Industrializadora de Leche; Instituto Nacional de Educación Rural y Servicio de Extensión Rural. Con estas instituciones se han realizado conjuntamente desde campañas piloto de vacunación hasta cursillos y reuniones educativas con los campesinos. Esporádicamente se ha trabajado en contacto con otras instituciones como Alfabetización Boliviana, Desarrollo de Comunidades, Corporaciones de Desarrollo, etc.

Merece ser destacada aquí la coordinación y colaboración establecida con las escuelas radiofónicas "Radio San Rafael" de Cochabamba, institución radial similar a la Radio Sutatenza de Colombia. Con ella se tiene desde hace un año un programa radial educativo que se transmite en Quechua dos días por semana; se han realizado y se tienen programados varios cursillos de una semana de duración para "Promotores de Ganadería" e incluso hemos ya producido conjuntamente una cartilla didáctica.

Debemos mencionar también aquí la cooperación económica que hemos obtenido de una empresa privada productora de materiales de construcción para la impresión inicial de 10.000 cartillas.

A nivel internacional tenemos que destacar principalmente el excelente apoyo recibido de la Organización Panamericana de la Salud, mediante un Consultor, el Representante de País y del CPFA. Este y otras instituciones como el ICA de Colombia, CEPANZO, AREA IV de la OPS con sede en Lima; Biblioteca Regional de Medicina del Brasil; Facultad de Medicina Veterinaria de São Paulo, etc. nos han obsequiado valiosísimo material impreso relacionado con aftosa, rabia y/o brucelosis, que constituye una buena base para una biblioteca especializada que estamos organizando para poner al servicio de nuestros funcionarios, a fin de impulsar su capacitación y sobre todo actualización de conocimientos en estos campos.

2 Actividades con Productores, Personal de Campo y Público en General

2.1 Actividades en control de aftosa

Para efectos de educación de los productores se ha definido como política de la institución y se ha tratado de inculcar a los Veterinarios de Campo y a los vacunadores, que cada uno de ellos debe ser un educador. Por eso nuestros comunicadores casi siempre en compañía del Veterinario del lugar, han conformado a manera de demostración para estos los diez "Comités de Apoyo" que hoy tenemos funcionando y que son la unidad local básica para organizar reuniones y coordinar todas las demás actividades necesarias para alcanzar nuestros objetivos como distribuir material educativo a los productores, informarles de la realización de la vacunación; recibir notificaciones de casos de animales afectados por las enfermedades que controlamos, etc. La idea es que esos Comités sean mantenidos en acción por el Veterinario de la localidad.

En síntesis, para controlar la aftosa, además de conformar los Comités de Apoyo y realizar reuniones con ellos a nivel de productores, hasta ahora hemos venido trabajando mediante visitas a los dirigentes campesinos, corregidores, directivos de todo tipo de organizaciones especialmente los sindicatos rurales y maestros y estudiantes de escuelas rurales. Esto a nivel de comunicación interpersonal. Como medios masivos hemos utilizado cartillas, almanaques, cartas circulares, radio y en pequeño grado la prensa.

Las actividades realizadas con nuestro personal de campo se concretan hasta ahora en dos cursillos para los Veterinarios y para los vacunadores y además en la participación y ejemplo que han recibido en las reuniones, entrevistas, visitas, formación de comités de apoyo, etc. que nuestros educadores han realizado en el campo conjuntamente con ellos.

De otra parte, consideramos valioso el haber elaborado y distribuido a nuestros técnicos, material impreso sobre la importancia de la educación de la comunidad y la coordinación interinstitucional para nuestro trabajo.

A la opinión pública en general nos hemos dirigido solamente mediante prensa y jingles radiales que generalmente se han transmitido por emisoras locales antes o después de los noticieros.

2.2 Actividades en otros Programas de Salud

Las actividades cumplidas para el control de la rabia y brucelosis, las únicas otras dos enfermedades que atendemos, son exactamente iguales a las descritas para control de la aftosa.

2.3 Entrenamiento

En cuanto al entrenamiento dado a productores hasta ahora solamente

tenemos para mencionar dos cursillos en los cuales se ha enseñado teórica y prácticamente a 70 campesinos la aplicación de inyecciones y por tanto de vacunas. No obstante se tiene en mente y sólo a manera de ensayo formar vacunadores en cada comunidad que atendemos.

2.4 Investigación

La investigación en educación y comunicaciones ha merecido la atención de nuestro servicio. Es así que disponemos de un trabajo realizado en Santa Cruz en el que se determinaron los medios de comunicación que usan tradicionalmente los campesinos encontrándose que la radio en las horas de la mañana y la tarde y las reuniones en los grupos organizados de la comunidad són las más usuales.

Además actualmente estamos adelantando un trabajo en una provincia de Cochabamba mediante el cual estamos sometiendo a prueba tanto la Estrategia de Comunicaciones, como la metodología de evaluación de las mismas, que nuestro Jefe de División y el Consultor de la OPS han sugerido sean utilizadas por el SENARB. El trabajo se ha ejecutado en el 50% y consiste básicamente en una encuesta para determinar las actitudes, conocimientos que tiene la población y prácticas de prevención y/o control que realiza, después de lo cual se hará una campaña educativa siguiendo la estrategia que se ha diseñado para la institución, al final de la cual se hará otra encuesta, igual a la primera. Se compararán los resultados de estas dos encuestas y la diferencia se atribuirá a la campaña educativa, pudiendo así concluir sobre la calidad de esa metodología de educación o estrategia de comunicaciones.

3 Materiales Utilizados en Actividades de Comunicación y Educación Sanitaria

3.1 Disponibilidad

Los materiales que actualmente tiene el SENARB para sus labores de comunicación y educación son cinco cartillas ilustradas, una serie de slides, un rotafolio de cada enfermedad y una película en super 8 de 10 minutos. Acabamos de recibir una película de 16 mm sobre aftosa, que compramos a Colombia. Esperamos también entrar próximamente en la producción de nuevas cintas en super 8 con la llegada de nuestros equipos. Es nuestro propósito producir suficiente número de éstas para dar un ejemplar de las mismas a cada Centro Veterinario.

3.2 Distribución

El sistema de distribución de materiales hasta ahora utilizados en el SENARB, comprende:

1. La oficina de impresión entrega el material producido al Jefe de la División de Educación y Comunicación.

2. Este lo entrega o lo envía al Comunicador Regional.
3. El Comunicador Regional entrega una parte a los Veterinarios de cada Centro y otra parte deja para su uso.
4. El Veterinario del Centro distribuye a sus usuarios el material educativo en las reuniones que tiene con ellos en los comités de apoyo, o lo hace distribuir con los vacunadores si es material promotivo o informativo como los almanaques o las cartas circulares, cuando ellos van a vacunar. La distribución de éstas se ha hecho también mediante organizaciones formales como la Asociación de Productores de Leche.

3 Intercambio

Hasta el presente sólo hemos hecho intercambio de nuestros materiales a nivel nacional con Radio San Rafael (cartillas).

En realidad hemos contado con la gran limitación de nuestra falta de equipos y sobre todo de nuestro bajísimo número de materiales producidos tanto en cantidad como en número de ejemplares.

Evaluación

En esta materia realmente sólo se han realizado sondeos bastante informales sobre la sintonía de nuestro programa radial y la aceptación de nuestras cartillas y almanaques. La impresión obtenida es favorable. Esperamos terminar la investigación ya mencionada que estamos realizando para tener más información, y sobre todo información válida al respecto.

BRASIL

Pronóstico

Las tentativas de crear repercusiones e imágenes favorables de las campañas de salud animal, frente a los ganaderos y demás personas involucradas, han mostrado fallas profundas y fracasos indiscutibles, principalmente cuando se considera la actitud y el comportamiento sanitario esperado. Las razones son complejas y varían desde una falta de adecuación de quien las hace, hasta el completo desinterés de aquellos que directamente se benefician. La educación sanitaria existente en los medios de crianza, no alcanzó un nivel satisfactorio; dejar los acontecimientos libres de una dirección estudiada y basada en las realidades locales, sin el empleo de técnicas de comunicación dirigidas al hombre de campo, conduce a un futuro desalentador. Considérese, inclusive, la posibilidad de agravamiento de la situación ya que las enfermedades infecciosas son favorecidas con el crecimiento de los rebaños y con la facilidad y rapidez con que se mueven y concentran sin la debida adopción de medidas sanitarias.

Considérese también, principalmente, la poca tendencia asociativa de los criadores, así como el visible estado de apatía con que enfrentan los mayores problemas que afectan a la agropecuaria.

Teniéndose en cuenta lo que fue identificado en el diagnóstico, debemos admitir que, en caso de que no se tomen medidas para minimizar la actual situación, fatalmente tendemos hacia un pronóstico desfavorable de los programas de salud animal, y admitir también que la educación sanitaria es básica para el cumplimiento de los objetivos y metas de un programa.

Diagnóstico

1. Necesidad de obtener la comprensión, participación y involucramiento de los ganaderos y público relacionado, como una prioridad para el éxito de los programas de salud animal.
2. Falta de un sistema organizado en educación sanitaria y comunicación rural para apoyar los programas de salud animal.
3. Necesidad de un diagnóstico de situación en educación sanitaria y comunicación rural que proporcione las bases para una planificación eficaz.
4. Necesidad de formación de un equipo de alto nivel en educación sanitaria y comunicación para la salud animal, con la finalidad de perfeccionar el sistema, adecuándolo permanentemente a la realidad nacional, regional o estadual.
5. Falta de conocimiento en el personal involucrado en el programa de las diferentes técnicas y métodos utilizables en el proceso de educación sanitaria.
6. Necesidad de integración con la agencia nacional de información para

divulgar y promover los objetivos y metas de los programas de gobierno con miras a la salud animal.

Algunas informaciones sobre las actividades ejecutadas en educación sanitaria y comunicación rural dentro del Plan Nacional de Combate a la Fiebre Aftosa.

Antecedentes

Capacitación de los recursos humanos - "Unidad de Adiestramiento en Fiebre Aftosa - UAFA".

Esta Unidad surgió en 1972 de un convenio celebrado entre el Ministerio de Agricultura, Secretaria de Agricultura de Rio Grande do Sul y la Organización Panamericana de la Salud, a través del Centro Panamericano de Fiebre Aftosa teniendo como sede la ciudad de Porto Alegre y, permaneciendo vigente hasta el 31/12/75.

Uno de los propósitos del Curso incluía el "Desarrollo de conocimientos básicos sobre problemas de educación sanitaria", formas de obtener la organización y la participación de la comunidad, con formación de comités de apoyo y técnicas de divulgación.

Fueron entrenados cerca de 282 médicos veterinarios en los 13 cursos realizados. Otro convenio firmado entre el Ministerio de Agricultura/USP y la OPS en el período de 1972 a 1974, propició entrenamiento a más de 99 médicos veterinarios en 5 cursos de epidemiología y profilaxis de la fiebre aftosa, realizados en São Paulo, destacándose en la programación, una semana dedicada a la educación sanitaria. Además, en 1972, se realizó el primer curso de educación sanitaria a través del Acuerdo del MA con el servicio de Salud Pública de São Paulo el cual pertenece a la Secretaría de Salud Pública del Estado de São Paulo, que contó con la participación de 16 médicos veterinarios provenientes de diversos estados.

En el Instituto Colombiano Agropecuario - Bogotá, Medellín y Cali - Colombia, un médico veterinario, perteneciente al GECOFA de São Paulo participó del "Plan Tentativo de Adiestramiento para Divulgadores del Programa de Producción Pecuaria en Campañas de Salud Animal".

A través del Contrato de Préstamo entre el Brasil y el Banco Interamericano de Desarrollo (Convenio sobre asistencia técnica reembolsable ATP/SF-1026 BR), fue posible la ejecución de un programa de entrenamiento y formación de personal técnico y profesional para la campaña de combate a la fiebre aftosa, (Convenio MA/APS, realizado a través del CPFA en Rio de Janeiro). Dentro del Plan de Acción presentado por el CPFA, constaban entre otros, 2 cursos de comunicación que fueron realizados entre 1976 y 1977 con 14 y 11 técnicos entrenados respectivamente, cuya finalidad era constituir equipos o crear sectores específicos de educación sanitaria y comunicación rural en sus respectivos estados. Además de técnicos brasileños, participaron del curso, veterinarios de otros países de América.

La distribución por estados de los 25 técnicos entrenados en comunicación

por el convenio MA/OPS se presenta en el Cuadro I. El Cuadro II demuestra que, a través del Plan Nacional de Combate a la Fiebre Aftosa, de 1971 a 1977 fueron entrenados 15.187 servidores en todos los niveles, oriundos de las diversas unidades federativas y de los más variados órganos públicos y entidades. Entre estos, 2.403 técnicos de nivel superior fueron entrenados para las más diversas funciones específicas, y con el principal propósito de combatir y controlar la fiebre aftosa.

CUADRO I

TECNICOS ENTRENADOS EN EL 1º y 2º CURSOS DE COMUNICACION REALIZADOS
EN 1976 Y 1977 A TRAVÉS DEL CONVENIO MA/OPS

Unidad de la Federación	PARTICIPANTES	Ejecutan trabajos de educación sanitaria y educación	
		SÍ	No
RS	Cláudio A.B. Antunes	X	
SC	José Alberto Rossi		X
SC	Paulo Roberto C. L. Garcia		X
PR	Dicezar Gonçalves		X
PR	Angelo Garbossa Neto	X	
SP	Armando Salvador da Silva	X	
SP	Laércio Nicolau Hauari		X
MG	Magalí M. Oliveira Caixeta	X	
ES	Telma Regina O. Paula	X	
ES	Luiz Salvador Ferro	X	
BA	Antonio Rocha Dias	X	
BA	Wilson Portugal Azevedo	X	
RJ	Francisco Assis Sampaio	X	
RJ	Therezinha Gonzaga da Silva		X
GO	Zenóbia Lima Matos		X
GO	Joaquim Lair	X	
MT	Manoel Raimundo de Souza		X
MT	Augusto Marçal Figueiredo *		X
SE	Gilberto França M. de Souza	X	
SE	Carlita O.M. da Silva		X
AL	Antonio Vieira dos Santos		X
PE	Egenilto J.B. Cavalcanti	X	
PB	Ernande Arante Leite		X
CE	Bartolomeu P. Brandão		X
PI	Hugo Portela Ibiapina		X
MA	José Ribamar M. Carvalho		X

* No concluyó el curso (considerado desistente)

OBS: De los 25 entrenados, sólo 12 (47,5%) continúan trabajando en sectores específicos de Educación Sanitaria y Comunicación Rural.

CUADRO 11

PLAN NACIONAL DE COMBATE A LA FIEBRE AFTOSA - PNCFA - ENTRENAMIENTO EFECTUADO A TRAVES DEL CONVENIO ATP/SF - 1026 - BR, FIRMADO ENTRE EL BRASIL Y EL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO - BID

Período 1971/1977

CATEGORIA FUNCIONAL	AÑOS TRABAJADOS Nº DE ENTRENADOS							TOTAL
	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	
Médico Veterinario	39	348	162	483	534	392	422	2.380
Economista y Administrador	-	7	6	3	1	1	-	18
Químico y Farmacéutico	-	-	1	1	-	2	1	5
Auxiliar de Laboratorio	-	1	-	3	1	5	-	10
Auxiliar de Bioterio	-	-	2	2	-	-	2	6
Auxiliar Administrativo	-	14	107	194	165	28	-	508
Vigilante Sanitario	-	-	238	332	-	-	-	570
Auxiliar de campo	-	199	2.696	3.488	4.203	1.102	-	11.688
Total	39	569	3.212	4.506	4.904	1.532	425	15.185

En 1977 fue solicitada por la Coordinación de Combate a la Fiebre Aftosa la realización de un seminario de educación sanitaria y comunicación, con el propósito de obtener un diagnóstico de la situación, resultando de ahí, la elaboración de un proyecto de implantación de un sistema nacional de educación sanitaria y comunicación para la salud animal, durante el trienio 1978/80. En este seminario, realizado en São Paulo, fue elegido el primer "Comité Nacional de Educación Sanitaria y Comunicación Rural" - CONESCO - Compuesto de 5 miembros efectivos y 3 suplentes, con las siguientes atribuciones:

1. Representar a los Estados, frente a los órganos federales afines.
2. Elaborar proyectos regionales y nacional con miras a la obtención de recursos.
3. Coordinar y orientar las actividades de educación sanitaria a nivel nacional.
4. Trazar normas inherentes a la educación sanitaria a nivel nacional.
5. Proporcionar adquisición e intercambio de materiales e información a nivel nacional.
6. Organizar reuniones, seminarios, conclave y simposios a nivel nacional e internacional.
7. Elaborar cronograma de actividades para cada estado.
8. Acompañar, asesorar y evaluar los trabajos de educación sanitaria realizados en los Estados.
9. Proporcionar entrenamiento y perfeccionamiento en comunicación rural a los técnicos de los Estados.

10. Motivar y apoyar a los agentes multiplicadores de educación sanitaria para el desarrollo de las actividades de cada estado.
11. Interceder ante el Ministerio de Educación y Cultura para que la educación sanitaria forme parte del currículo de las facultades de medicina y veterinaria existentes.
12. Promover y sugerir convenios con órganos afines.
13. Elaborar programa presupuestario para la educación sanitaria.
14. Divulgar las actividades de educación sanitaria a través de la prensa habla y escrita.

En 1978 se realizó en Curitiba, PR, el 11º Encuentro de Educación Sanitaria y Comunicación Rural, habiéndose realizado nueva elección del CONESCO.

En 1979 fue convocado por el CONESCO un 111er Encuentro, realizado en Fortaleza, CE, con la finalidad principal de revisar el proyecto de implantación del Sistema Nacional de Educación Sanitaria y Comunicación para la Salud Animal, habiendo sido solicitada su actualización por el Sr. Secretario de la Secretaría Nacional de Defensa Agropecuaria a la Secretaría de Defensa Sanitaria Animal.

Se alcanzaron todos los objetivos del encuentro, habiendo llenado plenamente las expectativas previstas.

Por decisión del Comité, se realizaron elecciones para la renovación de los miembros del CONESCO. Se solicitó al nuevo grupo electo del CONESCO, una representación ante la SDSA en Brasilia. Que el CONESCO luchase con perseverancia a fin de conseguir nuevos cursos de educación sanitaria y comunicación rural para el entrenamiento de médicos veterinarios de los programas de salud animal en los Estados.

Relacionamos aquí algunas de las fuerzas restrictivas que impiden el perfecto desarrollo de la actividad de comunicación y educación sanitaria en salud animal en Brasil, que fueron definidas en el último Encuentro del CONESCO realizado en octubre de 1979:

1. Falta de sensibilidad de los dirigentes, tanto a nivel estadual como federal, al programa de educación sanitaria y comunicación rural.
2. Falta de una sección específica de educación sanitaria y comunicación rural a nivel central SDSA-Brasília.
3. Falta de recursos humanos y financieros, específicos para esa actividad.
4. Desvío del personal entrenado para otras actividades.
5. Programas de salud animal elaborados sin consulta o definición de los intereses de la comunidad rural.
6. Falta de personal técnico y auxiliar entrenado para el área de educación sanitaria.
7. Falta de integración de los órganos públicos y privados.

Anexo I: Actividades actuales con productores, personal de campo y público en general.

Investigación: "Proyecto Bela Vista de Goiás"

Anexo II: Informe de las actividades del programa de educación sanitaria animal, desarrolladas por la ACARESC durante el año de 1979, en el Estado de Santa Catarina.

PROYECTO BELA VISTA DE GOIÁS

Definición

- Diagnóstico de la situación con miras a las actividades de Educación Sanitaria en Programa Integrado de Salud Animal.
- Departamento de Sanidad Animal de la Secretaría de Agricultura del Estado de Goiás.
- Asesoría de Educación Sanitaria y Entrenamiento de personal SA/GO.
- Cooperación de la Asesoría de Educación Sanitaria de la Secretaría de la SDSA/BR y CONESCO.

Justificación

En el III Encuentro Nacional de Educación Sanitaria, realizado en Fortaleza de 8 a 12 de octubre de 1979, la Comisión encargada de establecer una estrategia para un diagnóstico de la situación en Educación Sanitaria hace recomendaciones en el sentido de que sea escogida un área de referencia y a partir de ahí, se desarrolle una metodología para que sea posible alcanzar los objetivos finales de una manera racional y eficaz.

Dentro de ese espíritu y con ese objeto, la Asesoría de Educación Sanitaria y Entrenamiento del Departamento de Sanidad Animal de la SA/GO está realizando un diagnóstico de la situación en el Municipio de Bela Vista de Goiás.

- Considerando que el IV Encuentro del CONESCO fue previsto para el Estado de Goiás y será realizado en octubre de 1980, el presente diagnóstico cumplirá una de sus principales finalidades, al ser analizado, y evaluado por el grupo de técnicos con especialización en Educación Sanitaria y Comunicación, provenientes de varios estados del país que participaron de dicho Encuentro.
- El trabajo que la SA/GO que se describe a continuación, contará de una manera directa con la colaboración de los siguientes órganos:

MA - SDSA - EMGOPA - EMATER - Universidad Esc. Vet. IBDF - Laboratorios particulares - Prefectura y Cooperativa de Bela Vista de Goiás - Servicio de Salud Pública del Estado - Secretaría de Educación del Municipio y del Estado, Escuelas MOBRAL PIPMO.

Líneas Generales de la Encuesta

1. Programación Inicial
 - 1.1 Reconocimiento del área de Bela Vista de Goiás y sectorización.

2. Previsión de las necesidades de recursos: humanos, materiales y financieros.

OBS: hasta la presente etapa se gastaron Cr\$ 85.000,00.

Elaboración del cuestionario para la encuesta - Estudio de cuestionarios existentes - "Lay out" del nuevo cuestionario - Test del cuestionario propuesto.

OBS: 300 preguntas.

Selección y entrenamiento de los técnicos para la actuación en la encuesta - 7 médicos veterinarios recibieron entrenamiento teórico y práctico.

- Definición y justificación de la encuesta
- Comprensión del cuestionario a aplicar
- Nociones de comunicación rural - "como entrevistar al criador"
- Aspectos de educación sanitaria a transmitir durante la encuesta propiamente dicha.

Divulgación de la encuesta de Bela Vista, Goiás.

Mensajes por radio a través del programa "Mourão da Porteira" a las 6 hs a.m. y 6 p.m.:

- Sr. Criador de Bela Vista, Goiás, reciba al Veterinario de la SA/GO que le visitará el próximo mes para una investigación sobre la salud de sus animales.

Ejecución de la Encuesta

1. Trabajos preliminares:
 - Distribución de material para los equipos
 - Instrucciones generales
2. Fluxograma de los informes obtenidos:
 - Reconocimiento y control
 - Revisión y concentración de datos
3. Supervisión:
 - Directa en el campo
 - Indirecta en la oficina
4. Propiedades visitadas y encuestadas:
 - 1.176 propiedades en el municipio (visitadas)
 - 1.050 propiedades encuestadas (92%)
5. Evaluación:
 - Operacional
 - de censo
 - Epidemiológica

6. Resultados ya obtenidos

Datos relativos a propiedades - área
instalaciones
infraestructura: luz - radio
estructura agraria

Datos relativos al propietario - grado de instrucción
educación sanitaria
vivienda

Datos relativos a los índices de producción y productividad

Datos relativos al estado del rebaño - Diagnóstico de la situación sanitaria actual

Datos preliminares del diagnóstico de la situación

OBS: De un total de 500 propiedades encuestadas:

- . 72,0% vive en la propiedad
- . 13,0% vive fuera de la propiedad (en el mismo municipio)
- . 14,0% vive fuera de la propiedad (otro municipio)
- . 1,0% Vive en otro Estado

Grado de Instrucción

	<u>Criadores</u>	<u>Vaqueros</u>
. 28,7%	Analfabetos	. 42,9% Analfabetos
. 12,8%	Curso primario completo	. 57,1% Alfabetizados
. 45,3%	Curso primario incompleto	
. 2,8%	Secundario completo	
. 2,4%	Secundario incompleto	
. 7,2%	Superior completo	
. 0,8%	Superior incompleto	
. 81,6%	poseen radio	
. 19,5%	poseen televisión	
. 14,4%	leen periódicos	

Profilaxis de las Enfermedades de los Animales

- . 69,1% declara vacunar contra la fiebre aftosa
- . 21,4% declara vacunar contra la brucelosis
- . 14,7% declara haber participado de alguna conferencia o reunión.

Tenemos ahí una muestra de los resultados que todavía están en fase de revisión y análisis; muchas conclusiones se observarán en el informe final. Indudablemente, especialistas en estadística, educación sanitaria, comunicación y otras áreas de interés serán contactados con miras a un mejor aprovechamiento de este material disponible. Existen muchas fallas, pero reconocemos

que estamos en el verdadero camino para conseguir mayor eficacia en las actividades de Defensa Sanitaria Animal, a partir de un buen uso de las técnicas de la comunicación y educación sanitaria existentes.

En breve, el proyecto de Bela Vista de Goiás será nuestro laboratorio en educación sanitaria y comunicación rural.

Allí haremos entrenamiento de personal, probaremos materiales audiovisuales, evaluaremos las estrategias de campañas sanitarias especiales y estaremos elaborando nuestra manera de trabajar con el criador, en busca de la solución de los problemas de salud animal en el Brasil.

ANEXO II

Informe de las Actividades del Programa de Educación Sanitaria Animal, desarrolladas por la ACARESC durante el año 1979, en el Estado de Santa Catarina

Situación actual de la actividad a nivel nacional

Los Estados de Sergipe, Paraná y Santa Catarina ejecutan algunas actividades de educación sanitaria y comunicación a través de las empresas de asistencia técnica y extensión rural - EMATER, las cuales están vinculadas a las Secretarías de Estado de Agricultura. Los recursos para la ejecución del programa de salud animal son transferidos por el Ministerio de Agricultura. Actualmente, sólo los estados de Minas Gerais, a través de IESA y de São Paulo, a través de la CATI, desarrollan actividades de educación sanitaria, comunicación y divulgación dentro de sus programas de combate y profilaxis de las enfermedades. Los Estados de Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Bahía, Pernambuco y Ceará, por intermedio de las Secretarías de Agricultura en convenio con el Ministerio de Agricultura, pretenden ejecutar dentro de sus programas de salud animal, algunas actividades de educación sanitaria. En cuanto a los demás Estados, unos por falta de recursos específicos y otros por indefinición en sus planes de trabajo, no programaron actividades de educación sanitaria para 1980.

COLOMBIA

1. Organización de las Unidades de Comunicación y Educación Sanitaria

La Comunicación Rural en el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, la cumple la Sub-Gerencia de Desarrollo a través de la División de Comunicaciones.

La actividad básica de esta disciplina es la de transferir a los usuarios del Sector Agropecuario, grandes empresarios, mediano y pequeños productores, lo mismo que a profesionales del sector y profesores y estudiantes universitarios las modernas tecnologías generadas por la investigación.

Para el cumplimiento de sus actividades la División cuenta con cuatro secciones así:

Técnicas de Comunicación
 Divulgación
 Producción de Medios y
 Biblioteca Agropecuaria de Colombia

1.1 Recursos Humanos

El Cuadro N° 1 presenta los recursos humanos con los que cuenta la División a nivel nacional y regional

1.2 Entrenamiento recibido

A más del entrenamiento formal recibido en las universidades en los cursos de Post-grado, M.S. y Ph.D., en forma permanente se están dictando cursos de actualización de comunicación y nuevas técnicas. En los aspectos de Sanidad Animal con la colaboración de personal de la División de Comunicaciones, las diversas campañas que dependen de la División de Sanidad dictan cursos de actualización y nuevas técnicas para la prevención de las diversas enfermedades, especialmente en Fiebre Aftosa y Brucelosis. Muy importante fue el Seminario Internacional realizado en 1973 que coordinó el ICA y que auspició el Banco Interamericano de Desarrollo BID, el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas IICA y la Oficina Sanitaria Panamericana, sobre técnicas de divulgación y educación de la comunidad para los programas de control y prevención de la Fiebre Aftosa; ante el éxito alcanzado se previó su realización periódica, pero no contó con el apoyo requerido.

Finalmente es de anotar la participación que ha tenido el personal de Sanidad Animal en los cursos de educación sanitaria dictados por el Centro Panamericano de Fiebre Aftosa.

El Cuadro N° 2 consigna el nivel académico del personal que labora en la División de Comunicaciones.

CUADRO N° 1

RECURSOS HUMANOS DE LA DIVISION DE COMUNICACIONES

DETALLE	Dir. Div.	Biblio- teca	Técn. Com.	Divul- gación	Prod. Med.	Regio- nal	TOTAL
Directiva Nacional	1	1	1	1	1	-	5
Directiva Regional	-	-	-	-	-	6	6
Profesional	-	3	5	8	-	12	28
Técnico	-	-	1	29	74	10	114
Administrativo	1	9	2	6	5	21	44
De Servicios	-	5	-	-	9	4	18
TOTAL	2	18	9	44	89	53	215

CUADRO N° 2

NIVEL ACADEMICO DEL PERSONAL DE LA DIVISION DE COMUNICACIONES

DETALLE	Dir. Div.	Biblio- teca	Técn. Com.	Divul- gación	Prod. Med.	Regio- nal	TOTAL
Post-grado	1	-	3	3	1	6	14
Profesional	-	4	3	6	-	12	25
Técnico	-	-	1	29	74	10	114
Administrativo	1	9	2	6	5	21	44
Servicio	-	5	-	-	9	4	18
TOTAL	2	18	9	44	89	53	215

1.3 Equipos disponibles

En el Cuadro N° 3 se relaciona el equipo disponible para adelantar las actividades de comunicación rural.

1.4 Coordinación con entidades nacionales e internacionales

A nivel nacional la coordinación se realiza con las entidades que bien o tienen que adelantar actividades sanitarias tanto en el sector humano como en el animal, o están vinculadas al sector pecuario nacional. Regularmente se adelantan campañas contra las enfermedades más comunes en los animales domésticos tales como: Fiebre Aftosa, Rabia Bovina, Brucelosis, Peste Porcina, Encefalitis Equina, New Castle y Salmonellosis, en presencia de una onda epizootica se refuerzan las actividades de divulgación; entre los principales organismos con los cuales se coordinan este tipo de actividades se cuentan: Ministerio de Salud, Secretarías de Agricultura, Caja Agraria, Incora, Fondos Ganaderos, Asociaciones Gremiales.

En forma permanente se tiene coordinación con la Empresa Colombiana de Productos Veterinarios, VECOL, entidad de economía mixta productora de la vacuna contra la Aftosa, que participa económicamente en la divulgación de los ciclos de vacunación.

A nivel internacional, la única coordinación permanente es la que existe con los Centro Panamericanos de Fiebre Aftosa y de Zoonosis; con otras entidades tales como el BID, FAO, IICA, Grupo Andino, OIE, etc. la coordinación es esporádica.

2. Actividades con Productores, Personal de Campo y Público en General

2.1 En el programa de control de la Fiebre Aftosa

Pilar básico y fundamental para el éxito de cualquier tipo de campaña de prevención, control o erradicación de una enfermedad lo constituye el conocimiento que la comunidad tenga de la misma, su etiología, epidemiología, transmisión, difusión, pérdidas que ocasiona y medidas de control. Lo expuesto ha hecho que la campaña de control de la Fiebre Aftosa, en su etapa de programación, le diera gran importancia a la divulgación sanitaria. Los esfuerzos realizados, especialmente en las áreas de campaña intensiva (área nor-occidental del Chocó y Costa Atlántica), incluyen previo a los ciclos vacunales la realización de programas especiales de motivación a todos los estamentos de la comunidad vinculados a la actividad pecuaria, tanto gubernamental como del sector privado. Estos programas de motivación incluyen:

Reuniones con grupos de la comunidad (Asociaciones de usuarios campesinos, Juntas de Acción Comunal, entre otros).

Demostraciones a ganaderos sobre vacunación, manejo y conservación, transporte y aplicación de la vacuna.

Charlas y conferencias sobre la enfermedad, su etiología, epidemiología, diagnóstico, pérdidas que ocasiona, etc.

Reuniones con ganaderos

Proyecciones de películas y sonovisos

Avisos de prensa

Programas radiales

Cuñas radiales

Plegables

Carteles y afiches

Hojas volantes

Cuadernos

Lamisetas y

Vallas permanentes.

Calcomanías

En otros programas de salud animal

Similar a las actividades de divulgación adelantadas en Aftosa han sido las ejecutadas en los demás programas sanitarios de otras enfermedades. Su diferencia básica radica en la intensidad de las acciones y en algunos casos esporádicos se han adelantado campañas intensivas muy exitosas, como el de la campaña del *Oestrus Ovis* en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.

Entrenamiento

El personal que labora en Sanidad Animal recibe permanentemente entrenamiento sobre los diferentes aspectos de salud animal. El Cuadro N° 4 consigna el tipo de entrenamiento recibido.

Investigación

La División de Comunicación Rural permanentemente estudia los medios más efectivos de divulgación.

Materiales utilizados en Actividades de Comunicación y Educación Sanitaria

Disponibilidad

Diversos han sido los materiales utilizados en la divulgación de las diferentes campañas que se han adelantado y es de anotar que la Fiebre

Aftosa es la que ha recibido el mayor apoyo. Entre los materiales utilizados se cuentan:

Películas = 2
 Sonovisos = 4
 Vallas fijas = 56
 Cuñas televisión = 10
 Cuñas radiales = 15
 Programas radiales = 12

Materiales impresos (carteles, afiches, cuadernos, hojas volantes, plegables, camisetas, almanaques).

3.2 Distribución

Películas, 1 copia por Regional y 1 por Oficinas Nacionales.

Sonovisos, 1 copia por Regional.

Vallas Fijas, 40 Proyecto de Urabá y 16 en la Regional N° 7.

Cuñas televisión, se transmiten por el canal nacional con cubrimiento en el 90% del área ganadera del país.

Cuñas radiales, se transmiten por una o dos emisoras de cada Regional, regularmente el contenido varía anualmente.

Programas radiales, generalmente en cada regional hay uno o dos programas agropecuarios que tienen apoyo dentro del ICA.

Materiales impresos, este tipo de materiales se utiliza permanentemente, la distribución a nivel regional y su cantidad depende de las disponibilidades presupuestales.

3.4 Intercambio con otras entidades nacionales e internacionales

Aunque esta modalidad no ha operado como se desearía, si se han producido algunos intercambios con los Centros Panamericanos de Fiebre Aftosa y de Zoonosis, Junta de Acuerdo de Cartagena, Oficina Internacional de Epizootias, FAO, Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y diversas Embajadas. La modalidad más común ha sido la de proyecciones de películas para el personal técnico del ICA, las que son facilitadas en calidad de préstamo por las Embajadas de los diferentes países. Copias de la película "Cantina de José Dolores" han sido adquiridas por varios países latinoamericanos.

A nivel nacional, el intercambio de materiales de divulgación se ha efectuado con el Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Agricultura, VECOL, Caja Agraria, Fondos Ganaderos, Secretarías de Agricultura, Agremiaciones de Productores y laboratorios productores de drogas.

CUADRO Nº 3

EQUIPOS DE COMUNICACIONES

DETALLE	Biblio- teca	Técni- cas	Divulga- ción	Produc- ción	Regio- nal	TOTAL
Equipos de Impresión y Composición						
Multilith 1850	-	-	-	3	-	3
Multilith 1890	-	-	-	2	-	2
Multilith varios	-	-	-	-	1	1
Multilith 2850	-	-	-	-	1	1
Offset	-	-	-	1	-	1
Mimeógrafo	-	-	-	2	23	25
Cámara fotomecánica	-	-	-	2	-	2
Cámara fotodirecta	-	-	-	-	2	2
Quemador de planchas	-	-	-	1	-	1
Quemador stencil	-	-	-	-	4	4
Ampliadora	-	-	-	1	-	1
Vary Typer	-	-	-	-	1	1
Máquina encerradora	-	-	1	1	-	2
Equipo de encuadernación						
Guillotina	-	-	-	1	3	4
Plegadora	-	-	-	2	-	2
Compaginadora	-	-	-	1	1	2
Cosedora alambre	-	-	-	1	2	3
Perforadora	-	-	-	2	3	5
Equipo Fotografía						
Cámara fotográfica	-	-	14	-	55	69
Ampliadora	-	-	4	-	5	9
Lavadora fotografías	-	-	-	-	2	2
Duplicadora transparencias	-	-	2	-	2	4
Tina revelado	-	-	-	-	1	1
Porta original juego	-	-	-	-	1	1
Equipo de Cine						
Filmadora 16 mm	-	-	2	-	-	2
Filmadora super 8	-	-	-	2	6	8
Enrolladora manual 16 mm	-	-	2	-	1	3

cont.

CUADRO N° 3 (cont.)

DETALLE	Bibliot ^{ca}	Técni ^{cas}	Divulga ^{ción}	Produc ^{ción}	Regio ^{nal}	TOTAL
V. Equipo de Radio						
Estudio de grabación	-	-	-	1	3	4
VI. Equipo de Televisión						
Grabadora vídeo 1/2"	-	-	-	1	-	1
Monitores TV (B y N)	-	-	-	1	-	1
VII. Equipos Proyección						
Proyector trasparen ^{cias}	-	-	-	15	69	84
Retroproyectores	-	-	-	15	19	34
Proyectores sonovisos	-	-	1	1	15	17
Proyectores Cine 16 mm	-	-	2	2	20	24
Proyectores Cine Super 8	-	-	-	5	3	8
VIII. Equipos varios						
Grabadora	21	-	2	15	39	77
Unidades móviles	-	-	-	-	52	52
Xerox	-	-	-	-	1	1
Revelador Cine	-	-	1	-	-	1
Microfilm	1	-	-	-	-	1
Thermofast	-	1	-	-	-	1
Audífonos	20	-	-	-	-	20
Consola de animación	-	-	1	-	-	1

CUADRO N° 4
ADIESTRAMIENTO INTERNO Y EXTERNO

INTERNO		
CURSOS	NUMERO	ASISTENTES
Actualización profesionales antiguos	10	32
Entrenamiento profesionales nuevos	8	39
Conferencias y seminarios profesionales	9	
Ayudantes de Técnico	20	109
Agentes de Policía, DAS Rural, ejército	2	32
EXTERNO		
Epidemiología y Sistemas de Información PANAFTOSA	1	1
Estomatitis Vesicular Costa Rica	1	1
Diagnóstico y vigilancia epidemiológica de enfermedades vesiculares Maracay	1	1

Evaluación

De las actividades y resultados

Aunque la programación de divulgación en sanidad animal ha sido muy ambiciosa y su ejecución no ha contado con el apoyo deseado, las acciones adelantadas se han traducido en logros muy positivos.

Materiales y medios utilizados

En Colombia el advenimiento del radio transistor trajo consigo una verdadera revolución en las comunicaciones y por ende en la divulgación de cualquier tipo de campañas, lo expuesto permite asegurar que éste es uno de los medios más efectivos en campañas que se deban adelantar en el área rural. Sobre este punto se referirá más en detalle, el Doctor Hernán Rincón, especialista en esta disciplina.

CHILE1. Organización de las Unidades de Comunicación y Educación Sanitaria

1.1 Número de profesionales trabajando a nivel Central y Regional

La Sectorización del Servicio Agrícola y Ganadero determina que la División de Protección Pecuaria responsable de la Salud Animal, dispone, para las actividades de Educación Sanitaria de los Proyectos con que enfrenta las enfermedades, del recurso humano profesional en número de 61. De esta cifra, dos se desempeñan en el Nivel Central y 59 en los equivalentes sectores que comprenden las 12 Regiones del país, más la Región Metropolitana. Además en las Regiones y Area Metropolitana se desempeña en cada una de ellas un Médico Veterinario Proteccionista Pecuario Regional.

1.2 Entrenamiento recibido

Resulta necesario manifestar que, en el estado actual de evolución y desarrollo de la Educación Sanitaria en Chile, con relación a Salud Animal y su correspondiente comunicación, dos son los objetivos principales que con ella se tienen planteados. El primero, es continuar la capacitación iniciada a los Médicos Veterinarios Sectoriales y Regionales en esta disciplina y el segundo, procurar los efectos deseados en las conductas de la población objetivo de los Proyectos en acción con el concurso - a la labor que ellos desarrollan - de los medios sociales de comunicación.

Respecto a los profesionales y su entrenamiento, es el siguiente:

Nivel Central

Encargado de la Unidad

Médico Veterinario

Licenciado en Educación para la Salud

Títulos obtenidos en la Universidad de Chile.

Educación Sanitaria: Licenciado en Educación en Salud Pública. Título obtenido en la Universidad de Chile.

Nivel Regional

Los profesionales Médicos Veterinarios Sectoriales y Regionales reciben capacitación en esta disciplina de parte de los profesionales de nivel Central. Ella se imparte a través de:

- a) Cursos
- b) Comisiones de servicio a terreno de los profesionales para asesorar y supervisar las acciones programadas.

- c) Cursos a Médicos Veterinarios Sectoriales dictados en el Nivel Central
- d) Charlas a Médicos Veterinarios Proteccionistas Pecuarios Regionales, con ocasión de las dos reuniones anuales que, para analizar el estado y avance de los Proyectos, se efectúan en el Nivel Central, una cada semestre.

3 Equipos disponibles

Niveles Central y Regional (Sectores)

- Proyectoras de cine
- Proyectoras de diapositivas
- Proyectoras de cinta fija
- Máquinas fotográficas
- Grabadoras de cassettes

4 Coordinación con entidades nacionales e internacionales

Nacionales

- Universidades
- Organizaciones de ganaderos, transportistas y comerciantes de ganado
- Ministerio de Salud
- Escuelas de enseñanza básica, media y agrícolas
- Cuerpos de Carabineros
- Ferias y Mataderos de ganado.

Internacionales

- Organización Mundial de la Salud
- Oficina Sanitaria Panamericana
- Centro Panamericano de Fiebre Aftosa
- Centro Panamericano de Zoonosis
- Oficina Internacional de Epizootias

Actividades con productores, personal de campo y público en general

En el Programa de Control de la Fiebre Aftosa

Las actividades que se desarrollan con productores, personal de campo y público en general, se llevan a cabo con material preparado con los contenidos educativos del Proyecto a través de comunicación interpersonal, trabajo con grupos y medios sociales de comunicación.

Los contenidos educativos del Proyecto en su fase de erradicación son los siguientes:

- No entrar en la zona bovinos, cerdos, ovinos y caprinos vivos, salvo que procedan de zonas o países libres de aftosa. Podrán ingresar otros animales y algunos productos y subproductos de origen animal y vegetal previa autorización del Servicio Agrícola y Ganadero.
- No vacunar contra la Fiebre Aftosa.
- No dar a los cerdos desperdicios crudos de animales.
- No reingresar los animales que salen al norte del río Maule.
- Denunciar al Servicio Agrícola y Ganadero por cualquier medio, la existencia de animales sospechosos de tener Aftosa.

Para la comunicación interpersonal y trabajo con grupos, los Médicos Veterinarios disponen de rotafolios, diapositivas, afiches, carteles, calcomanías, películas, despleables, agroinformativos.

Para la labor educativa con entidades de enseñanza se utilizan entidades de Enseñanza-Aprendizaje.

La comunicación de los contenidos educativos a través de los medios sociales, tales como radio, prensa, televisión, letreros camineros, cartas circulares, afiches, carteles, micro-exposiciones, etc., la efectúa la Empresa Publicitaria del Sector Privado que resulta seleccionada en la propuesta pública a que se llama por el Servicio y bajo la supervisión y asesoría de éste.

2.2 En otros programas de salud animal

Hidatidosis

Este proyecto de carácter regional, ya que a la fecha se lleva a cabo sólo en la XII Región, desarrolla sus actividades en igual forma que lo descrito para Fiebre Aftosa en el punto 2.1.

Conforme a la estrategia planteada para este Proyecto los contenidos educativos son:

- No dar vísceras a los perros.
- Identificar, registrar y dosificar debida y periódicamente a los perros.
- Construir carneaderos reglamentarios.

Brucelosis

Dadas las características de este Proyecto, en aquellas Regiones donde la estrategia es de vacunación, las actividades se han desarrollado hasta la fecha limitadas a la comunicación interpersonal y al trabajo en grupos. Para ello, los Médicos Veterinarios de los Sectores correspondientes cuentan, como ayuda audiovisual, del Rotafolio respectivo.

El contenido educativo a difundir es:

- Vacunar a las terneras, entre 3 y 8 meses de edad con cepa 19.

Entrenamiento

Asimilado este entrenamiento a la capacitación que reciben los Médicos Veterinarios, ello ha quedado en los puntos 1.1 y 1.2.

En cuanto a la labor desarrollada a través de los medios sociales de comunicación, ella fue descrita en los puntos 2.1 y 2.2.

Investigación

Con toda probabilidad las Ciencias Sociales constituyen el campo más vasto y complejo del conocimiento y donde a la investigación le resta por procurar aclarar el mayor número de problemas de una trama intrínscada. Pero es necesario precisar que el Servicio Agrícola y Ganadero, del cual depende la División de Protección Pecuaria, es un organismo del Sector Público Agrícola que no tiene asignada funciones de tal carácter en dicho campo. De esta manera y en lo que corresponde a la Educación Sanitaria como disciplina de apoyo a los Proyectos para enfrentar las enfermedades, la investigación en torno a las conductas que es necesario determinar previamente a pretender su cambio, adopción o reforzamiento se reduce a la utilización del Método Deductivo.

Sin embargo y pese que el alto costo que ello involucra, el Servicio con ocasión de la Declaración Oficial de la X Región como Zona Libre de Fiebre Aftosa, sin vacunación, en el año 1977 asesoró a la Universidad Austral de Chile en el estudio del diagnóstico inicial y evaluación final luego de las acciones educativas efectuadas.

El estudio efectuado consistió, fundamentalmente, en detectar las conductas cognitivas, actitudinales y las acciones existentes en la población objeto del Proyecto antes de la declaración oficial de Zona Libre, para luego de las acciones educativas realizadas, compararlas con las observadas y medidas como respuesta a dichas acciones.

Materiales utilizados en actividades de comunicación y educación sanitaria

Disponibilidad

Tal como se expuso en 2.1, 2.2 y 2.3 del punto 2, la elaboración de materiales educativos es efectuada por una Empresa Publicitaria, seleccionada por el Servicio en Propuesta Pública y asesorada por la División de Protección Pecuaria en el aspecto Técnico Educativo. Cabe agregar en este punto que la disponibilidad está determinada por las posibilidades presupuestarias anuales.

3.2 Distribución

En el Cuadro Nº 1 se detalla el material distribuido y utilizado el año 1979, con motivo de la Declaración Oficial de Zona Libre de Fiebre Aftosa, sin vacunación, a la IX, VIII y parte de la VII Regiones.

En el Cuadro Nº 2 se detalla el material distribuido y utilizado el año 1979, con motivo del inicio del Proyecto Hidatidosis en la XII Región.

3.3 Intercambio con otras entidades nacionales e internacionales

Fundamentalmente, el material de los Proyectos Aftosa e Hidatidosis, la División de Protección Pecuaria, sin perjuicio de la distribución efectuada por las Regiones donde dichos Proyectos efectúan acciones, lo han enviado a las siguientes entidades nacionales e internacionales.

Fiebre Aftosa

Nacionales

- Exhibición de Microexposición y Charlas en Universidades de Chile Católica de Chile y Austral de Chile
- Envío de Afiches, Carteles y Agroinformativos a las mismas Universidades.

Internacionales

- Envío a la Oficina Sanitaria Panamericana en Chile.

Hidatidosis

Por tratarse de un Proyecto de reciente iniciación, sólo se ha entregado material, en la medida de las disponibilidades, a la Oficina Sanitaria Panamericana de Chile.

En cuanto a intercambio, cabe hacer presente que sólo se ha recibido un Folleto de Fiebre Aftosa, cuyo contenido señala las medidas a adoptar en caso de aparición de un foco. Este folleto está en inglés y se recibió desde el Reino Unido.

En Hidatidosis, se han recibido algunos materiales desde Uruguay.

CUADRO N° 1

MATERIAL EDUCATIVO DECLARACION ZONA LIBRE DE FIEBRE AFTOSA

VII - VIII Y IX REGIONES - CHILE - 1979

Especificación	Cantidad
Circulares	35.000
Agroescolares	60.000
Desplegables	210.000
Estampillas	30.000
Calcomanías	18.000
Bolsones plásticos	9.000
Wlaveros	6.000
Carteles	3.000
Afiches	3.000
Películas (3 Vigilancia y 3 Control Sanitario)	6 (Australianas)
Rotafolios	42
Letreros camineros	27
Letreros aproximación	42
Microexposición	6
Diapositivas (2 sets de 24 y 2 de 36)	21
Separador hojas de libro	3.000
Autoadhesivas	600
Escarapelas Inspectores (Control Barreras)	300
Singles Radio (24 frases)	48
Tarjetas	500
Prensa. (Entrevistas - Crónicas - Noticias).	

CUADRO N° 2

MATERIAL EDUCATIVO - PROYECTO HIDATIDOSIS

XII REGION - CHILE - 1979

Especificación	Cantidad
Desplegables	2.461
Afiches - 4 tipos	304
Carteles	18
Cartas a ganaderos	724
Letreros camineros	5
Frases radiales	15
Spots Televisión	4
Difusión por televisión, Radio Microprogramas radiales	30
Microexposición fotográfica	1
Agroescolares	10.000

4 Evaluación

4.1 De las actividades y resultados

Como método de trabajo, la División de Protección Pecuaria realiza, anualmente, dos evaluaciones de las actividades programadas para el año respectivo por sus diversas dependencias, una cada semestre. En este sentido, las correspondientes a Educación Sanitaria se cumplen satisfactoriamente.

4.2 De los materiales utilizados y resultados

Los materiales utilizados en las acciones de carácter educativo, cuyo contenido y forma de transmitirlo son normados por la Unidad de Educación Sanitaria de la División de Protección Pecuaria, son, a su vez, supervisados periódicamente para adecuarlos a las nuevas circunstancias que puedan influirlos negativamente ya sea en forma total o parcial.

EQUADOROrganización de las Unidades de Comunicación y Educación Sanitaria

Número de profesionales trabajando a nivel central y regional

- Quito 1 Médico Veterinario especializado
 1 Médico Veterinario adiestrándose en el Brasil
- Ambato 1 Egresado de tercer año de Medicina Veterinaria, con un curso de Educación Sanitaria de 6 meses

Programación por año

Presupuestos por año

Cursos Binacionales.

Además los Médicos Veterinarios Jefes de Area y Localidad, desarrollan actividades de Educación Sanitaria (50 técnicos).

Entrenamiento recibido

El Ministerio de Salud Pública organizó en la Ciudad de Quito en el año 1976 un Curso para Educadores Sanitarios, habiendo cedido 4 cupos para el actual Programa de Salud Animal.

Fueron adiestrados 1 Médico Veterinario, hoy jefe de la sección y 3 educadores Sanitarios, de los cuales sólo uno se halla trabajando para el programa y tiene su sede en la ciudad de Ambato.

Además el actual Jefe de la Sección recibió un curso de adiestramiento en este campo en la ciudad de Campinas (Brasil) por el lapso de 5 meses.

Equipos disponibles

El Programa cuenta con cinco Unidades Móviles de Divulgación ubicadas en Ambato, Quito, Cuenca, Loja y Manabí. Estas se encuentran adecuadas perfectamente y tienen los siguientes equipos:

- Equipo de cine
- Equipo de amplificación y alto parlantes
- Proyector de slides
- Generador de luz
- Grabadora
- Pantalla móvil de proyección
- Set de slides
- Películas técnicas

Además la Sección dispone de 1 proyector de cine adicional, 1 proyector de filminas, 1 retroproyector y 2 cámaras fotográficas.

4. Coordinación con entidades nacionales e internacionales

El Programa Nacional de Sanidad Animal mantiene coordinación a Nivel Nacional con:

- Ministerio de Salud Pública
- Ministerio de Educación Pública y Deportes

A Nivel Internacional se mantiene coordinación con la OPS/OMS, OIE, CPFA, FAO, CEPANZO y Banco Interamericano de Desarrollo.

Actividades con Productores, Personal de Campo y Público en General

En el Programa de Control de la Fiebre Aftosa

las actividades de Educación Sanitaria y Comunicación son prioritarias en lo que tiene relación con el control y prevención de la Fiebre Aftosa; sin embargo, no se han descuidado las actividades de los otros Programas de Sanidad Animal, sean estos Brucelosis, Encefalitis Equina, Rabia, Anemia Infecciosa Equina, Cólera y Peste Porcina Africana.

Con este objeto se han realizado 3.043 Reuniones Promocionales a nivel Nacional buscando siempre la participación de autoridades líderes de la Comunidad, Ganaderos, pequeños propietarios, niños de edad escolar.

2.2. En otros programas de salud animal

En orden de importancia las actividades de Educación Sanitaria que se han realizado son: Peste Porcina Africana, Rabia, Brucelosis, Encefalitis Equina, etc.

Para cumplir con este objetivo se ha elaborado material divulgativo y el mismo fue difundido en forma masiva en el país.

2.3. Entrenamiento

En el año de 1979 se logró el adiestramiento de 30 profesionales en medidas de prevención y control de la Peste Porcina Africana de acuerdo con detalle adjunto:

<u>Profesionales</u>	<u>Materia</u>	<u>Ciudad</u>
8	Peste Porcina Africana	Esmeraldas
2	" "	Machala
8	" "	Ibarra
8	" "	Quito
4	" "	Ambato

De igual forma fueron adiestrados en el extranjero 9 profesionales, con un total de 70/meses beca. En este mismo período se adiestró por dos meses al Jefe de Transportes en funciones de control y organización, en el Brasil.

Profesionales Adiestrados en el Extranjero

<u>Profesionales</u>	<u>Materia</u>	<u>País</u>	<u>T. de Duración</u>
1	Virología	México	12 meses
2	Bioestadística	Brasil	16 meses
2	Epidemiología	Brasil-México	18 meses
1	Evaluación	Venezuela-Brasil Argentina	6 meses
1	Adiestramiento Estaciones Cuarentenarias	Brasil	8 meses
1	Adiestramiento Laboratorio	Colombia-México	2 meses
1	Control Vacuna	Brasil	8 meses
Total 9			70 meses

4. Investigación

Se inició la investigación en lo que tiene relación con la facilidad de comprensión del texto empleado para la elaboración de Folletos y Afiches en algunos Centros Escolares. Esto permitió a su vez formular una Guía Educativa Para Niños que en la actualidad se encuentra en edición por parte del Ministerio de Educación.

5. Materiales Utilizados en Actividades de Comunicación y Educación Sanitaria

6. La Sección programó para el año 1979 la reproducción de 140.000 plegables y 100.000 afiches sobre Fiebre Aftosa, Brucelosis, Peste Porcina Africana, Cólera Porcino, Encefalitis Equina, habiendo llegado a distribuirse en todas las zonas del país. Rotafolios, programas de radio. Slides.

7. Distribución

Fueron entregados 154.907 ejemplares en las diez Direcciones Zonales con que cuenta el país; encargándose el personal técnico y auxiliar de distribuir este material divulgativo en las Cooperativas Agropecuarias, Centros Agrícolas, Asociaciones de Ganaderos, entidades de apoyo que están ligadas directamente a nuestras actividades.

El material divulgativo es elaborado por el Programa y es distribuido también por otras instituciones como son el Ministerio de Salud y el Ministerio de Educación.

Evaluación

Las actividades programadas son evaluadas en forma trimestral por la Sección de Evaluación en lo que tiene relación con el cumplimiento o no de las metas establecidas habiéndose anotado para el año 1979 un cumplimiento del 100% de todo lo programado.

Evaluación BID, 1978 - 1979

Se contempla en la Programación del año 1980 la Evaluación tanto del contenido como de la forma de presentación del material divulgativo elaborado por la Sección, lo que permitirá distribuir material específico para cada área geográfica.

PARAGUAY

Actividades de Educación Sanitaria en SENACSA

Introducción

Desde 1968, el Paraguay cuenta con un Servicio Sanitario Animal, a nivel nacional, dedicado específicamente a la lucha contra la Fiebre Aftosa. A partir de 1977, este servicio ha sido ampliado a otras enfermedades animales de carácter zoonótico, tales como la Rabia, la Brucelosis y la Tuberculosis.

El mencionado servicio destinado a cumplir sus tareas a nivel de los productores rurales, dentro de su organización general cuenta desde sus comienzos con una División de Educación Sanitaria y Divulgación.

I. Organización

Esquemáticamente, esta División puede ser observada en el organigrama general de la institución, es dependiente del Departamento de Servicios Técnicos Especiales.

La División de Educación Sanitaria y Divulgación tiene como objetivos:

- Impartir conocimientos sobre las enfermedades contempladas en el Programa Sanitario de la Institución, con particular referencia al aspecto económico, zoonótico y por lo tanto su relación con la salud pública.
- Lograr la participación activa de la comunidad rural en los trabajos de sanitación, control de tránsito y prevención de las enfermedades del programa.
- Promover en el productor rural, las actitudes favorables necesarias para el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos en el programa.

Sus funciones son:

- Programar las actividades de su sector.
- Ejecutar con los veterinarios de campo, las tareas de carácter educativo para la comunidad, previsto en el Plan Operativo anual.
- Editar, publicar y difundir las informaciones relacionadas con las actividades de la institución, previa autorización de la superioridad.
- Actualizar las informaciones técnicas y difundirlas en forma periódica.
- Organizar y mantener la Biblioteca de la institución.

- Organizar reuniones de carácter educativo (conferencias, charlas, mesas redondas) en la Institución y en otros lugares donde se debe hacer conocer el alcance de los programas.
- Llevar el Registro anual de Capacitación técnico-administrativo del personal de la Institución.
- Presentar a la Dirección del Departamento de Servicios Técnicos Especiales, informes cuatrimestrales sobre las actividades cumplidas. El Informe Final deberá presentarse para el 15 de noviembre de cada año.

Para el cumplimiento de las funciones numeradas, la División de Educación Sanitaria y Divulgación, a nivel central cuenta con cinco funcionarios, siendo, dos médicos veterinarios con Master en extensión rural y educación agrícola, una educadora con Licenciatura en psicología, un Redactor de Informativos para medios de comunicación y un técnico en artes gráficas.

En el interior del país y, a nivel de las Oficinas Regionales y Zonales se cuenta con 80 médicos veterinarios, quienes en su área de acción constituyen los principales propulsores de las labores locales de educación sanitaria. Las Oficinas Regionales y Zonales están distribuidas por todo el territorio nacional.

2. Los médicos veterinarios responsables de la División han recibido entrenamiento en cursillos nacionales de extensión y comunicación; han participado del Curso Latinoamericano de Divulgadores en Salud Animal, realizado en el Instituto Colombiano Agropecuario de Bogotá y en el CIAT de Cali, Colombia; en cursos de post-graduación a nivel de Master en Extensión Rural y Educación Agrícola Rural, en las Universidades Federal de Viçosa y Federal de Santa María, en el Brasil.

Los profesionales del interior asisten periódicamente a cursos y jornadas de capacitación y actualización de conocimientos técnicos, donde reciben adiestramiento sobre los principios de aplicación de los métodos de comunicación individual, de grupos, de masa, aplicables en la Educación Sanitaria de las comunidades rurales.

La División igualmente participa activamente de la organización y desarrollo de cursos, jornadas técnicas y conferencias sobre otras especialidades programadas por la Institución y destinadas a los médicos veterinarios del sector de campo.

3. Los equipos que habitualmente se utilizan en las actividades de educación sanitaria, a nivel de campo, son:

- 6 pantallas para proyección de películas
- 3 proyectores de cine de 16 mm con equipos completos
- 4 proyectores de slides o fotobandas
- 1 generador de luz
- 1 mimeógrafo
- 3 series de slides sobre enfermedades

1 equipo de altoparlantes
 1 mesa de dibujo equipada con accesorios completos
 1 retroproyector
 1 proyector de opacos
 1 máquina fotográfica con accesorios completos
 3 rotafolios portátiles, expositor de cuadros.

4. Se recurre a otras instituciones con el objeto de programar, conjuntamente, la labor de SENACSA. Estas instituciones son:

- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), a través del Servicio de Extensión Agrícola y Ganadera (SEAG)
- Consejo Nacional de Progreso Social
- Programa de Desarrollo Integrado del Alto Paraná
- Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social y el UNICEF
- Ministerio de Educación y Culto
- Organización Paraguaya de Cooperación Intermunicipal (OPACI)
- Ministerio del Interior
- Universidad Nacional de Asunción.

Con el SEAG, la Institución colabora en cursos y asistencia técnica a ganaderos; con el Consejo Nacional de Progreso Social, colabora en el Plan de Desarrollo Integral Regional del Alto Paraná, conjuntamente con el representante del Centro de Salud local, abarcando tres colonias agrícolas y ganaderas de la zona, contando en este emprendimiento con la asistencia del UNICEF y del Programa Mundial de Alimentos (PMA), con el Ministerio de Educación y Culto, llegando a escuelas primarias, colegios secundarios y post-secundarios y a los docentes en general; con el Ministerio del Interior a través de los funcionarios del orden público de las distintas localidades visitadas, ya sea para la organización o invitación a las reuniones, o para la utilización de sus locales; con la Universidad Nacional de Asunción, a través de la Facultad de Ciencias Veterinarias, por medio de una cátedra en Sociología Rural y Extensión Ganadera, y de conferencias y charlas, buscando promover en los alumnos, actitudes favorables hacia la aplicación de los principios de educación sanitaria.

En lo referente a la coordinación con Organismos Internacionales, la Institución recibe permanentemente la cooperación técnica del Centro Panamericano de Fiebre Aftosa, a través de un Consultor de Area; ocasionalmente recibe asistencia de técnicos del Centro Panamericano de Zoonosis, del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA); de la FAO para la organización de cursillos sobre la Peste Porcina Africana, y otras enfermedades.

A través de los Convenios Sanitarios con los países vecinos, se mantiene un intercambio periódico de informaciones epidemiológicas sobre la fiebre aftosa, especialmente en las Areas de Frontera común. Así se tienen convenios sanitarios suscritos con Brasil, Argentina y Bolivia.

2) Actividades con productores, personal de campo y público en general

Las actividades de la División pueden agruparse en dos tópicos generales, a saber: 1) actividades realizadas en Oficina, y 2) actividades de campo.

En el primer tópico están comprendidas las actividades relativas a: preparación y redacción de libretos para programas de radio, televisión; preparación y participación de reuniones y conferencias; jornadas; toma de fotografías y slides, confección de carteles para rotafolios, exposiciones orales a visitantes y carteles doble faz de oficinas regionales; preparación de folletos técnicos informativos sobre las enfermedades a cargo de SENACSA; organización de Stand para exposiciones agropecuarias nacionales e internacionales.

En el segundo tópico, para las actividades de campo, se ha participado en reuniones, visitas, entrevistas con productores rurales, autoridades locales, profesores y alumnos de nivel primario, secundario y post-secundario.

Desde 1968, en que se crea SENALFA, encargado de la lucha contra la fiebre aftosa, la División ha participado activamente en las actividades de educación a productores rurales, personal vacunador y público en general. A estos se ha llegado a través de reuniones, juntas generales, visitas y cursos de capacitación, programas de radio y T.V. en las distintas zonas de lucha sanitaria.

Por Ley Nº 675 del 20/12/77, se creó el Servicio Nacional de Salud Animal SENACSA, en sustitución del Servicio Nacional de Lucha contra la Fiebre Aftosa SENALFA, quedando bajo su responsabilidad el control a nivel nacional, además de la fiebre aftosa, la de brucelosis, rabia y tuberculosis en bovinos.

Esta ampliación del programa sanitario exigió la multiplicación y diversificación de actividades de la División en cuanto a su labor específica se refiere. No obstante, aprovechando la experiencia e infraestructura obtenida en la lucha contra la fiebre aftosa, pudo desplegar acciones de orden inmediato y mediano. Actualmente, se programa y llevan a cabo reuniones en las que se desarrollan temas referentes a rabia bovina, en las zonas declaradas bajo zona de lucha; sobre brucelosis y tuberculosis bovina en la cuenca lechera de Asunción.

En los programas de TV y radio, se ha insistido en los aspectos conocimiento de la enfermedad, su incidencia económica, el aspecto zoonótico y de salud pública, así como las formas de diagnóstico y prevención de las mismas.

- 2.1. El programa nacional de control de la fiebre aftosa se insiste en lo que respecta a vacunación, control de tránsito y denuncia de focos.
- 2.2. a) En rabia bovina se han brindado detalles de la enfermedad, como zoonosis, las formas de obtención de muestras de campo y envío a laboratorio, los transmisores de animales domésticos y salvajes y las formas de prevención.
- b) En brucelosis se dieron a conocer detalles de la enfermedad como

Zoonosis, formas de diagnóstico e identificación de animales enfermos, control, erradicación y medidas de prevención.

- c) En tuberculosis se suministró informaciones sobre etiología, forma de contagio, diagnóstico de la enfermedad y cuidados para evitar la enfermedad.
- d) En Peste Porcina Africana, se organizó conjuntamente con FAO, cursos de adiestramiento para el conocimiento de la enfermedad y el envío de materiales para examen de laboratorio. Además se confeccionaron carteles camineros y tarjetas de avisos, para turistas y personas en tránsito, sobre las medidas de prevención.

2.3. Referente al entrenamiento, tanto del personal como de productores rurales, se han realizado diversos eventos entre los que se señalan: un entrenamiento de personal y productores rurales para la creación de áreas libres de brucelosis en las colonias Mennonitas (Región Occidental).

- en Caapucú y Quyuquyhó, un adiestramiento para la aplicación de vacuna oleosa contra la fiebre aftosa;
- en rabia bovina un entrenamiento para extracción y envío de materiales sospechosos de rabia al laboratorio para diagnóstico.

2.4. Se han realizado trabajos de investigación, dos de ellos relacionados al impacto social y económico de la campaña sanitaria siendo el primer trabajo, una tesis de fin de curso de post grado con el título de "Factores socioeconómicos relacionados al combate contra la fiebre aftosa en dos departamentos del Paraguay" defendido en 1976; el segundo es "Actitud del pequeño productor de leche frente a la Campaña de Control de Brucelosis bovina en el distrito de Ypacaraí". Un tercer trabajo se refiere a la incidencia de la brucelosis y tuberculosis en la cuenca lechera de Pilar y de Isla Umbú. (Anexos I y II).

3. Materiales Utilizados

3.1. Los elementos utilizados en la División de Educación Sanitaria y Divulgación son, entre otros, los anteriormente citados en el punto 1.3.

3.2. Los materiales distribuidos, en su totalidad, constituyen impresos técnicos, tales como: plegables, hojas informativas, manuales, etc., sobre fiebre aftosa, rabia, brucelosis y tuberculosis en bovinos. Todos estos materiales fueron elaborados para públicos de distintos niveles culturales e instruccionales del país. Uno de los plegables ha sido confeccionado para los niveles inferiores y medio de las instituciones educativas.

La impresión de folletos y afiches se ha realizado en imprentas privadas, como también en los talleres de la institución.

A continuación se detalla y adjunta una muestra de la serie de materiales impresos:

- Serie RABIA:

- . Plegable (1)
- . Hoja informativa (1)
- . Folleto técnico (1)

- Serie BRUCELOSIS y TUBERCULOSIS:

i d e m

- Serie FIEBRE AFTOSA:

- . Plegables (3): vacunación, vacuna y control
- . Folleto Técnico (1)

En forma de donación fueron recibidas películas documentales sobre: parasitosis, rabia bovina, como también impresos referentes a la Sanidad Animal.

FACTORES SOCIOECONOMICOS RELACIONADOS AL COMBATE A LA FIEBRE AFTOSA
EN DOS DEPARTAMENTOS DEL PARAGUAY

Tesis presentada en la Universidad Federal de Viçosa

José Wilfrido Medina - 1977

RESUMEN:

Una de las formas de combate a la fiebre aftosa más utilizadas en el continente, es la vacunación preventiva, sistemática y obligatoria cada cuatro meses de las poblaciones bovinas.

El estudio fue realizado con datos recolectados en la República del Paraguay, siendo seleccionadas como áreas de estudio, dos Departamentos, con diferentes tiempos de vacunación antiaftosa. El trabajo tuvo como objetivo el estudio de variables individuales, económicas, climáticas y asociadas a la propiedad, como posibles factores relacionados en la determinación de las actitudes de los propietarios de bovinos en relación a la campaña sanitaria. Los mismos factores también fueron estudiados en relación a las variaciones observadas en los registros de bovino vacunado en las dos regiones, que se constituye en la variable dependiente central del estudio.

La población de la cual fue deducida la muestra fue la de los propietarios de bovinos que registra la vacunación antiaftosa de sus bovinos en las oficinas regionales de las áreas escogidas constituyéndose la muestra en 128 propietarios entrevistados que fueron sorteados en el listado de nombres existente en las oficinas.

El instrumento de la investigación estuvo constituido por un cuestionario compuesto de puntos seleccionados dentro de una metodología de construcción, de escala para medir la variable dependiente actitud. La variable dependiente contra variación de las vacunaciones fue establecida a partir de dato de vacunación del último año, y de preguntas que permitieron la identificación de las variables independiente agrupadas en, variables individuales, asociada a la propiedad invariables climática. Fueron seleccionadas 21 variables independientes, y establecidas 20 Hipótesis relativas a las mismas con las variables dependiente actitud del propietario de bovinos.

Para medir la actitud del propietario se construyó una escala, que requirió de emplear consecutivamente las escalas de THURSTONE y LIKERT.

La variación en las vacunaciones se estableció por el cálculo de los desvíos medios en las vacunaciones registradas por cada entrevistado en el último año. Las fuentes de estos datos fueron las fichas personales de cada propietario en las respectivas oficinas.

Las relaciones entre las variables dependientes actitud y variación en

en la vacunación con las variables independientes fue establecida a través de un procedimiento estadístico conocido como análisis "Gama".

Los análisis revelaron que las variables que mejor se ajustaron, en términos del valor obtenido en los coeficientes gama con la variable actitud, fueron los costos de vacuna y los conocimientos sobre la fiebre aftosa; para la variación de las vacunaciones, los factores mejor correlacionados fueron el número de animales, localización de la propiedad y conocimientos sobre la fiebre aftosa.

Los resultados de un modo general permitieron algunas conclusiones, tales como las que la variación de las vacunaciones presentó mejor asociación y respondió mejor a las expectativas de las hipótesis que la variable actitud. Los factores económicos se asociaron mejor para explicar la actitud, mientras que los factores relativos a la propiedad se asociaron mejor a la variación de las vacunaciones.

Se sugiere, para futuras investigaciones, estudiar el comportamiento de variables semejantes a los efectos de compararlos en otras regiones.

ACTITUD DEL PEQUEÑO PRODUCTOR DE LECHE FRENTE A LA CAMPAÑA DE CONTROL DE LA
BRUCELOSIS EN EL MUNICIPIO DE IPACARAI - PARAGUAY

Tesis presentada en la Universidad Federal de Santa María

Celso Antonio Regúneza - 1978

RESUMEN:

El Paraguay, con el objeto de incrementar la producción y la productividad del sector pecuario, inició en el año 1969 la campaña contra la fiebre aftosa y en 1977, las campañas contra la brucelosis, rabia y tuberculosis bovina.

El presente trabajo se propone identificar algunos factores que guardan relación con la actitud del propietario de ganado bovino, frente a la campaña de control de la brucelosis, específicamente:

- a) Determinar el grado de favorabilidad o desfavorabilidad de la actitud del pequeño productor de leche frente a una campaña de control de la brucelosis.
- b) Establecer el grado de relación que existe entre la actitud del productor, teniendo ésta como variable dependiente y las otras variables indicadas, como independientes: edad, nivel de escolaridad, instrucción informal, conocimiento de la brucelosis, exposición a los medios de comunicación, contactos con técnicos, suplementación mineral, suplementación alimenticia, cultivos de pastos forrajeros, cuidados sanitarios y acceso a la propiedad.

Para este trabajo, se elaboró una escala para medir la actitud, que después de examinada, tuvo su aplicación en una muestra de 30%. Esta muestra fue extraída de una población constituida por 436 pequeños propietarios productores de leche en el municipio de Ypacaraí.

La hipótesis es que la actitud se relaciona negativamente con la edad, y positivamente con todas las otras variables consideradas.

Los procedimientos estadísticos fueron: porcentaje, χ^2 y coeficiente de contingencia. El nivel de significancia establecido fue de 0,05 para "n" grados de libertad.

Los resultados del test de las hipótesis indicaron que, 3 de las 11 variables se relacionan con la actitud al nivel de significancia establecida: cultivos de pastos forrajeros, suplementación alimenticia y cuidados sanitarios. Las demás variables no demostraron relacionamiento alguno.

El estudio sugiere, principalmente la intensificación del proceso de difusión de tecnología, adecuación de los programas de la radio a las necesidades

locales, mejor aprovechamiento de los contactos de los Vacunadores Particulares Autorizados de SENALFA con los productores, orientando sus trabajos como agentes de innovaciones. Incluir también en las próximas investigaciones, a los grandes productores de leche y ampliar el área de trabajo procurando incluir otros municipios para inferir los resultados a toda la cuenca lechera de la ciudad de Asunción.

URUGUAY

Organización de las Unidades

En 1968, al iniciarse en Uruguay la campaña de lucha contra la aftosa, comenzó la organización de las unidades de comunicación y educación sanitaria, que seguirían utilizándose a lo largo de estos años.

En aftosa a nivel central existe una División de Epidemiología, Estadística e Información a cargo de un médico veterinario, que realizó en 1973 un curso de técnica de divulgación e informaciones en Colombia. De esta División, en coordinación con la División de Campo surgen las directivas que llegan a los productores por los técnicos departamentales. El número de técnicos que desarrollan esta labor junto con los otros cometidos de su función es de 19 (uno por departamento).

De éstos, el 20% ha realizado cursos organizados por el Centro sobre fiebre aftosa donde se incluyeron nociones sobre educación sanitaria pero no han hecho cursos específicamente sobre comunicación. El 95% de los técnicos de DILFA ha recibido entrenamiento tanto en lo referente a trabajos de campo (donde se incluye elementos de comunicación con los productores) o de laboratorio (CPFA, Pirbright, Plum Island) donde no se incluyeron estas nociones.

El 5% restante son técnicos recién ingresados que harán su primer curso de entrenamiento en la primera quincena de mayo con mentalidad de cambio hacia la erradicación.

Se han utilizado todos los medios de comunicación disponibles, prensa escrita, radio, T.V., cine, reuniones, etc., pero el programa no tiene, en este sentido, montado un equipo propio de comunicación.

Coordinación: En lo nacional en el año 1979 en la Dirección General de Servicios Veterinarios que a su vez se compone de la: Dirección de Sanidad, Dirección de Industria Animal, Dirección de Investigaciones Veterinarias y DILFA (Dirección de Lucha contra la Fiebre Aftosa), se creó la División de Epidemiología, Información y Comunicación que iniciará esta coordinación de información entre los diferentes programas de lucha, especialmente aftosa, garrapata, tuberculosis y brucelosis. En cuanto al programa de hidatidosis que pertenece al Ministerio de Salud Pública (y no al Ministerio de Agricultura y Pesca), existe una estrecha relación desde que se inició la campaña antiaftosa puesto que se pretendió hacer llegar a la comunidad enseñanzas e información sobre esta afección, muy extendida en el Uruguay, aprovechando las reuniones vecinales que se organizaron también a nivel nacional. Existe coordinación con las asociaciones de productores, en especial la Asociación de Productores Lecheros (CONAPROLE), donde se realiza el proyecto de evaluación de vacuna oleosa del CPFA, que alcanza a 20.000 dosis en la actualidad y que llegará a 100.000 dosis en septiembre.

Con la Sociedad de Médicos Veterinarios, colaboración en los Congresos

de Buñatria, de producción ovina y los Centros veterinarios departamentales de la profesión libre, con la Facultad de Veterinaria también existe buena coordinación.

En lo internacional con los dos organismos de la OPS para América, CEPANZO y en especial el CPFA con el que se ha realizado la mayor parte de los entrenamientos a los técnicos y del asesoramiento al programa de aftosa.

Con la OIE, el IICA y FAO. La Srta. Patricia Chain dictó un Curso de Comunicación en el año 1979 a nivel de coordinadores de campañas.

Los convenios sanitarios a punto de instrumentarse con Brasil y en etapa de estudio con la Argentina tienen en cuenta la forma y medios de comunicación.

2. Actividades con Productores

- 2.2 La propia legislación de la lucha contra la aftosa prevee la formación de comisiones vecinales, su reconocimiento oficial, las atribuciones que se les confiere y sus cometidos. Así se crearon en todo el país centenares de comisiones que participaron activamente en todos los aspectos de la lucha. Organizaron reuniones con los hacendados y aún organizan la adquisición de vacunas y la vacunación de los pequeños propietarios - controlaron la vacunación en muchos sectores - refrendaron guías de tránsito - promueven el aviso inmediato de sospecha de aftosa. Acompañaron, en síntesis, todas las acciones de cada técnico departamental haciendo posible que pudieran atender entre 19 técnicos los 63.000 establecimientos de explotación agropecuaria que existen en el país. Las comisiones aún trabajan donde se necesita y pueden activarse en el resto cuando se inician las etapas del cambio de estrategia para la erradicación. Debe agregarse que en los controles directos de vacunación (4%) se tiende a educar y no a fiscalizar al productor.
- 2.3.7 Los programas de brucelosis y tuberculosis a nivel de cuenca lechera (que ocupa el tercio sur del país) cuentan con una buena cobertura de comunicación, por sus propios medios, y gracias a una buena organización sanitaria de la Asociación de Productores de Leche (CONAPROLE) la profesión liberal colabora ampliamente con los tres programas citados.
- 2.4.7 En lo que tiene que ver con otras campañas se han realizado esfuerzos importantes en Peste Porcina Africana incluyendo el envío del Jefe del Laboratorio de DILFA y el Director del Centro de Investigaciones Veterinarias a adiestrarse en técnicas de diagnóstico (Plum Island) y 2 coordinadores de campo a cursos de entrenamiento en Puerto Rico.
- 2.5 En lo que tiene que ver con otras campañas se han realizado esfuerzos importantes en Peste Porcina Africana incluyendo el envío del Jefe del Laboratorio de DILFA y el Director del Centro de Investigaciones Veterinarias a adiestrarse en técnicas de diagnóstico (Plum Island) y 2 coordinadores de campo a cursos de entrenamiento en Puerto Rico.
- 2.6 En investigación, como será informado en COSALFA, en colaboración con PANAFTOSA, se realizaron antes de los dos últimos períodos de vacunación, noviembre y marzo, muestreos serológicos para estudios de niveles

inmunitarios de la población bovina. Anteriormente se hizo en locales ferias - los resultados son informados a los productores.

3. El programa de tuberculosis y brucelosis al igual que DILFA dispone de materiales audiovisuales de rutina, proyector de slides, proyector de cines, etc.

4. Evaluación

Si se mide en los resultados alcanzados en la lucha, la participación activa de la comunidad, el conocimiento que demuestran tener los productores sobre el tema, si se agrega que más de 95% de los focos son avisados por ellos mismos y que la cobertura de vacunación se mantiene superior a 90%, debería concluirse que se ha realizado una buena comunicación, pero, los expertos en evaluación tienen la palabra.

DOCUMENTOS DE TRABAJO

INVESTIGACION EN LOS PROGRAMAS DE COMUNICACION
EL CASO DEL ICA, COLOMBIA

Luis Hernán Rincón Rincón, Ph.D.

Se ha dicho que una dedicación fuerte, interesada, subjetiva, es un motivador poderoso para adquirir una aproximación objetiva al estudio de los fenómenos del comportamiento social. Es decir, para hacer una investigación, la cual tiene que ser objetiva, es necesario estar subjetivamente interesado. Esa es quizás la primera regla de la investigación científica: interesarse casi con pasión por el conocimiento científico de los fenómenos, interesarse con ánimo, entusiasmo, ahinco, ganas de luchar y deseos de triunfar, en saber la verdad para predecir los resultados y controlar el mundo que nos rodea.

En el caso del conocimiento de los fenómenos que afectan o condicionan el proceso de la comunicación, he vivido por fortuna ese ambiente. En el ICA siempre se ha creído que la investigación en comunicación es tan importante o más que la investigación en agronomía o en veterinaria. Y los que hemos estado en ese fascinante campo, hemos sido tremendamente subjetivos en nuestro involucramiento en esa disciplina, y hemos debatido sobre temas y métodos y preguntas y esquemas de investigación en comunicación. Tras cerca de doce años de trabajo, hemos tenido éxito en varias formas, pero fundamentalmente en la forma de resultados de investigación, en los niveles sencillos de la investigación científica, de tal manera que hoy tenemos bases para iniciar la elaboración de nuestras propias teorías de comunicación, y el ICA tiene resultados confiables y autóctonos para proceder con tranquilidad en la "implementación" de sus trabajos comunicativos. Cada día es más general en el ICA la idea de trabajar comunicativamente, y la investigación científica apoya ese trabajo.

La investigación en comunicación en Colombia empezó en las áreas rurales, en 1962, bajo el liderazgo de la Universidad Nacional, en Bogotá y Medellín. Ya desde 1968 el ICA estaba haciendo investigación bajo la orientación de Vicente Alba, con énfasis en el análisis de contenido y lecturabilidad de medios impresos, y en el uso de los medios de comunicación masiva. Hoy, hacen investigaciones en comunicación esas entidades más otras como ocho facultades de comunicación social y Acción Cultural Popular ACPO.

En la primera parte de la década de los 70 en el ICA se le dio énfasis a la investigación en canales de comunicación con un paradigma similar al que habían desarrollado Deutschmann y Fals Borda en 1962* (8) y se empezó a trabajar en campañas. En la segunda parte de la década se dio énfasis al trabajo de evaluación de campañas de comunicación y a la medición de los conocimientos adquiridos por las personas como resultado de exposición a diferentes clases de materiales como publicaciones, audiovisuales, programas de radio y televisión.

* Canales egocéntricos o intrapersonales (convencerse a sí mismo). Personales intracomunales (mi vecino dijo ...). Personales extracomunales (un doctor dijo ...). Impersonales (radio, periódicos, folletos, carteles, etc.).

se dio énfasis también al análisis de la investigación ya realizada, y en ese sentido se tiene los trabajos de Rogers (20), Cuellar y Gutiérrez (7), Arévalo y Alba (8), Rincón (17), Amaya y Novoa (1), Fox de Cardona (10), Rincón (18), Sivaldo *et al.* (11), Morcillo (13) y Anzola de Morales (2).

De entrada necesito decir que la investigación en comunicación no tiene sentido fuera del contexto de sistemas sociales, pues la comunicación es algo que hace la gente dentro de sus sistemas sociales. Sobre este campo no me extenderé, sino que haré referencia a un libro recientemente publicado: La Comunicación social en Colombia (18).

Antes que lo demás, deseo puntualizar la necesidad que nos agobia de racionalizar y apreciar la investigación que hacemos. Siempre hemos pensado en investigación básica y aplicada, pero no hacemos la básica y cuando enfrentamos la aplicada tenemos que si no es del más complejo nivel metodológico no es buena investigación. No hemos asimilado bien que el proceso de investigación es un continuo ascendente y que si estamos haciendo investigación con alto grado de autosuficiencia conceptual y metodológica, es como si supiéramos ya todo lo necesario, ante lo cual cabe la pregunta de para qué necesitamos investigación entonces? En ese continuo, unas etapas fundamentales sirven de sustento y base para otras etapas más complejas conceptual y metodológicamente, y que exigen un control estricto y una infraestructura completa de investigación. Ese continuo tiene, de acuerdo con McLean (12) seis niveles:

1. *Reconocimiento del problema.* Es realmente el reconocimiento de los síntomas del problema. Muchos estudios de comunicación, que han sido llamados exploratorios, pertenecen a este nivel. Es un nivel serio, científico, pero no complejo.

2. *Exploración.* La observación, la participación, la lectura, el escrutinio, son el próximo paso lógico cuando uno sabe mucho sobre algo. Esta fase de la investigación científica en comunicación es valiosa tanto para el trabajo diario como para fundamentar fases más complejas de la investigación.

3. *Descubrimiento e invención.* De la investigación en los niveles anteriores salen muchas ideas, sugerencias, planes, proyectos, acciones. Este es un nivel menospreciado de la investigación en comunicación. Aquí caben experiencias competitivas, estudios pilotos, estudios rápidos con muestras pequeñas, trabajos con grupos. A este nivel ya se conoce que algunas variables en verdad juegan papel importante.

4. *Encuesta de campo descriptiva y correlacional.* Más de uno habrá notado que todavía hoy la herramienta de investigación de muchos científicos sociales es la encuesta. Y ésta es para ese grupo el primer nivel, no el cuarto, pues no reservan la encuesta para etapas más adelantadas de investigación. Los estudios que muchos autores llaman trabajos descriptivos y de campo, son en realidad encuestas de campo. Este es un nivel en el que abundan los trabajos realizados en comunicación, pero por carencia de niveles básicos, muchos de esos trabajos permanecen sin retornar al contexto sociocultural del país.

5. *Experimentación controlada de laboratorio.* Este nivel es complejo por el entrenamiento, los diversos controles y equipos requeridos. Especialmente en Estados Unidos ha llegado a grados sorprendentes de desarrollo, y de allí

se deriva mucho de lo que hemos aprendido sobre comunicación social.

6 El último nivel es *la experimentación controlada de campo*. En el continuo, y cuando se han identificado variables importantes, cuando se ha reforzado suficientemente la metodología, cuando otros estudios previos indican que hay teoría que puede explicar un fenómeno, se procede a ver como son las cosas en la vida real. El control, el diseño y el análisis son aspectos cruciales.

Pero para investigar en comunicación no es suficiente tener en cuenta los niveles de investigación y acomodarse en ellos. Es necesario involucrar muchos otros factores como la clase de medios que se pueda o deba utilizar, la clase de comunidad (círculo social) a que va dirigido el mensaje, los factores de producción, los intereses del receptor y de la fuente. La figura 1, que he denominado Modelo XFY y que es el fruto de pensar desde diferentes ángulos en el problema que se nos presenta a quienes trabajamos en el desarrollo agropecuario (19), puntualiza estas relaciones. Yo les ruego mirarla con mente inquisitiva y pensar en las posibilidades de investigación que puedan leer en ella.

Hay mucho por investigar. Por ejemplo, mediante investigación se debe clasificar las comunidades entre X_2 y X_{15} . Y esto es importante porque no es lo mismo, por ejemplo para sanidad animal, una familia aislada dueña de 100 cabezas de ganado que diez familias nucleadas con de a diez cabezas de ganado cada una. Los elementos X_1 a X_{15} en la Figura 1 son cosas diferentes, así como en este salón todos somos seres humanos, pero no somos iguales unos con otros.

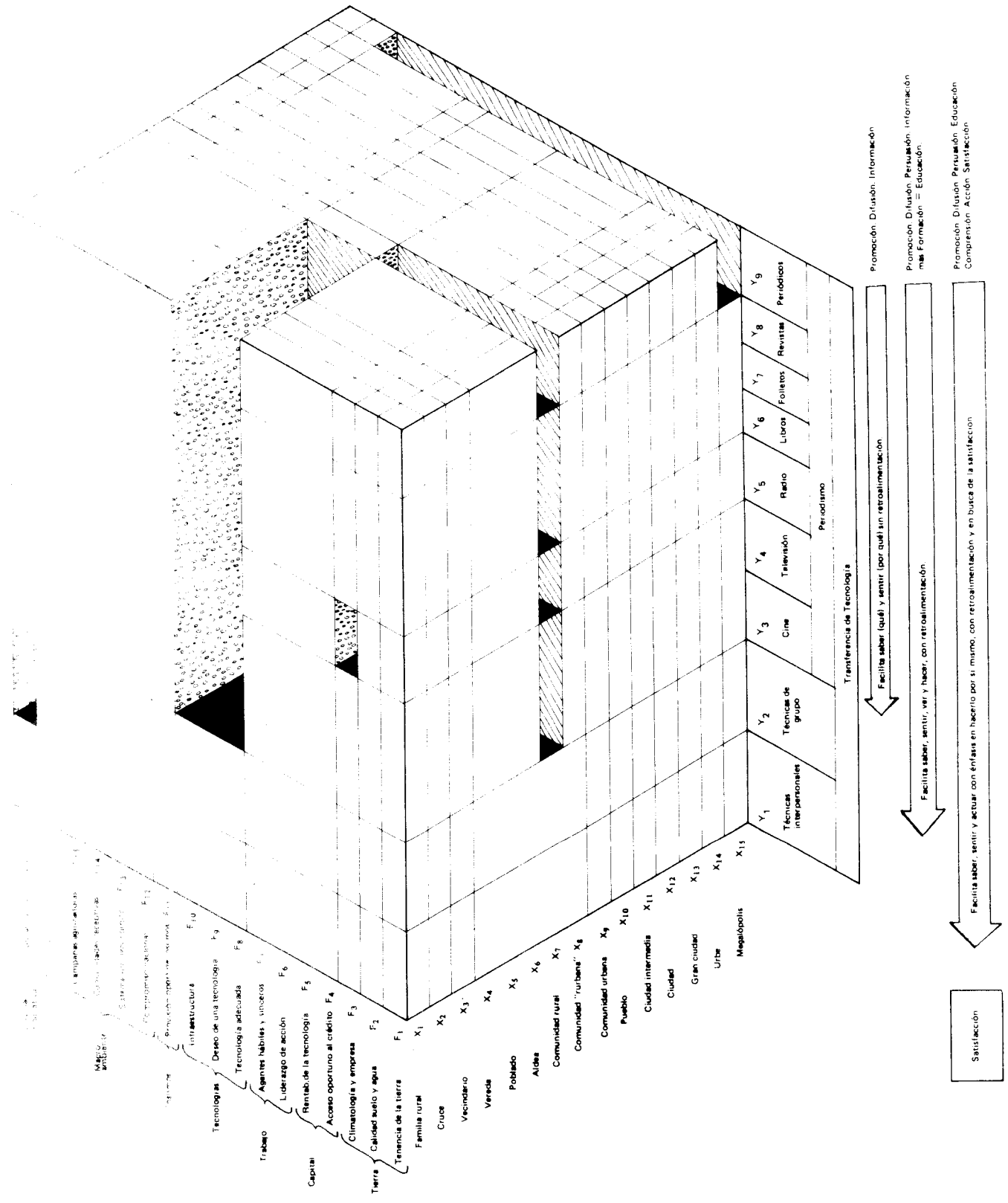
Por investigar está también cuales son las mejores combinaciones de métodos de comunicación Y_1 a Y_9 . Un esfuerzo al respecto está en proceso, en los Distritos ICA-AID en Colombia. Como se observa en la Figura 1, la labor de un solo conjunto de medios, así sea efectiva, es muy pequeña en relación con todo lo que es necesario remover.

Otros campos donde se necesita investigación es en las relaciones entre los factores modernos de producción. El simple inventario de su existencia y disponibilidad, o nada más que un inventario tecnológico o de materiales y servicios realmente a disposición del productor, son trabajos que es necesario realizar a niveles sistemáticos aunque no complejos de investigación y no seguir improvisando al respecto.

Como es obvio, es necesario investigar todas las relaciones XFY que se derivan del modelo, pues todo está a nivel de hipótesis.

La Figura 1 puede servirnos pues, como generadora de ideas para investigación en comunicación, en sociología, en economía, por lo menos. ¿Encuentran ustedes cómo puede serles útil para identificar áreas de interés en sanidad animal?

Con este marco de referencia a la mano se logra una perspectiva más adecuada para los trabajos de investigación en comunicación que han sido hechos en Colombia. Ante la imposibilidad de extenderme en ese tema, quiero presentar algunos resúmenes y mencionar sólo unos pocos trabajos recientes directamente vinculados con el propósito de este seminario.



Fuente: RIVERO, H. Referencia (19).

Para empezar, miremos en la Tabla 1 la distribución aproximada de la literatura sobre investigación en comunicación en Colombia.

TABLA 1. Clasificación de los trabajos de investigación empírica en comunicación en Colombia, según su orientación hacia la ciudad o hacia el campo, por grupos de investigación. Fuente Rincón (17).

Categoría	Todos		Nativo		Criollo		Extranjero	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Toda	25	55,6	12	80,0	7	46,7	6	40,0
Urbano	8	17,8	1	6,7	4	26,7	3	20,0
Urbano-rural	12	26,7	2	13,3	4	26,7	6	40,0

El grupo "Todos" descubre la situación sin tener en cuenta quien hizo la investigación ni en qué idioma escribió. Esos valores sustentan la idea general de que la mayor parte de la investigación ha sido hecha en áreas rurales. El 82,3% de los trabajos ha sido hecho sobre asuntos del campo ya en forma independiente, ya relacionada con lo urbano. El grupo nativo (colombianos que publican en español) es el que más ha trabajado (93,3% de los trabajos) en investigación sobre asuntos rurales. El grupo criollo (colombianos que publican en inglés) marca un cambio hacia lo urbano, y el grupo extranjero (extranjeros que publican en inglés) enfatiza por igual uno y otro lado de la clasificación.

Si uno mira esa Tabla 1 en términos del Modelo XFY, (Figura 1) se llena de desconcierto, pues lo rural incluye desde X₁ hasta X₇ y lo urbano desde X₉ hasta X₁₅, mientras que X₈ puede ser la dimensión urbano-rural. De igual manera, se pregunta uno sobre que aspectos de comunicación se ha investigado. La Tabla 2 da una respuesta general a esa pregunta.

TABLA 2. Clasificación de los temas de investigación

Categoría	Todos		Nativo		Criollo		Extranjero	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Com. masiva	21	46,7	6	40,0	5	33,3	10	66,7
Interpersonal	4	8,9	1	6,7	2	13,3	1	6,7
Masiva-interpersonal	18	40,0	7	46,7	7	46,7	4	16,7
Aspectos especializados	2	4,4	1	6,7	1	6,7	0	0,0

En la Tabla 2 se destaca que las investigaciones sobre aspectos masivos e interpersonales de la comunicación compiten en frecuencia con los estudios de comunicación masiva solamente, el cual es el campo de mayor interés de los investigadores extranjeros.

Pasemos ahora un poco más al fondo, entre los medios masivos, la radio es el que tiene mayor penetración y por ello es el medio clave para enviarle

información importante y útil a los campesinos. ¿Verdad? No. Eso depende. lo hemos visto claro desde 1976 cuando Arévalo *et al.* (4) resumieron 15 estudios de investigación sobre exposición a y uso de medios de comunicación entre habitantes de las áreas de Desarrollo Rural. La Tabla 3 presenta ese resumen en datos de 4875 entrevistados.

TABLA 3. Medios que utilizan los habitantes de los Proyectos de Desarrollo Rural del ICA, para obtener información sobre eventos nacionales, regionales y veredales. Respuestas de 4875 personas. (Fuente Arévalo *et al.* 1976, p. 61).

Medio	Nacional		Regional		Veredal	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Radio	4.216	86,5	3.228	66,2	109	2,3
Prensa	245	5,0	167	3,4	11	0,2
Amigos-vecinos y familiares	108	2,2	1.072	22,0	4.135	84,8
No se informa	107	2,2	109	2,2	49	1,0
Radio-Prensa	73	1,5	15	0,3	--	--
Sin respuesta	73	1,5	145	3,0	166	3,4
Televisión	28	0,6	--	--	--	--
Otro medio	25	0,5	86	1,8	68	1,4
Reuniones			46	0,9	269	5,5
Total	4.875	100,0	4.875	100,0	4.875	100,0

En primer lugar, miremos la Tabla 3 en términos del Modelo XFY. Si la radio (Y5), los periódicos (Y9) y la comunicación interpersonal (Y1) actúasen constante y solidariamente sobre algún tema de F1 a F17 cubrirían gran parte del eje Y, para X1 a X8 que son círculos rurales. Eso sería grandioso para un país de los nuestros.

Ahora volvamos a la Tabla 3 en sí misma, la cual me ha gustado desde que la conocí, pues discrimina, y desenmascara ideas que llenan los ambientes y que muchos dan por ciertas sin excepción. Es verdad: un 86,5% de las personas del campo usa la radio para informarse. Pero ¿informarse de qué? De eventos nacionales, alejados por fortuna de su diario vivir. Es la información como espectáculo remoto. El 66,2% también usa la radio para enterarse de asuntos regionales (departamentales o estatales) y tan solo el 2,3% usa la radio para informarse de asuntos veredales, locales, que ocurren o están ahí, a la vuelta del camino y afectan a las personas directamente. Los periódicos, aquí llamados prensa, ustedes lo saben bien, no son un medio adecuado para enviarle información a los habitantes del campo; eso se confirma aquí con las cifras de la Tabla 3: el mayor porcentaje de lectoría es de 5,0%. Y observemos ahora la línea amigos-vecinos y familiares: esta forma de comunicación casi no tiene uso para hablar de lo que ocurre en el país, se usa poco para hablar de lo que ocurre en el estado o departamento, y se usa ampliamente (84,8%) para obtener información de que ocurre localmente. A este nivel, la conversación desplaza a la radio y a la prensa.

La conclusión general sigue siendo que no hay medio ideal, y que las mejores combinaciones de medios incluyen los masivos y los interpersonales, pero cambian de una región a otra, y deben determinarse por investigación a los niveles 1, 2 y 3.

Penetremos un poco más en el ámbito de la radio. Rangel, Martínez y Guerrero (16) compararon tres tratamientos de un mismo programa radial - y un mismo tema: la brucelosis - mediante respuestas de 54 campesinos en tres veedades. Los tratamientos fueron: I) programa leído con cortinas, II) programa dialogado (entrevista) y III) programa monologado. Los campesinos, con cualquiera de los tres tratamientos incrementaron significativamente (al nivel de 0,01) su grado de conocimientos sobre brucelosis (incrementos de 35,7%; 31,74%; y 46,8% respectivamente para los tratamientos I, II y III). Pero, contra lo esperado, los tres tratamientos no son estadísticamente diferentes entre sí, al nivel del 0,01. De aquí se deduce que, si un público es previamente movilizad^o para que escuche un programa radial, el tratamiento (la estructura del programa) no es tan importante como el mensaje. Estos resultados contradicen la teoría y por ello son importantes. Si se leen en relación con la Tabla 3 se tendrá que atribuir el hecho de escuchar radio a la circunstancia de la movilización previa, lo cual implica una audiencia cautiva, como por ejemplo, la de una escuela radiofónica, o la de un grupo en la educación formal.

Ahora penetremos un poco más en investigaciones sobre medios y métodos de comunicación escrita. Villamil*, uno de mis discípulos de redacción técnica ha estado analizando los materiales impresos con destino a gentes de poca escolaridad que produjo el ICA en relación con la campaña contra la brucelosis. Los resultados se presentan en la Tabla 4.

Basta con observar que ninguno de estos plegables debería resultar por encima de 4º de secundaria, pero los diez lo están según dos de los métodos. Si la dificultad de comprensión se hubiese medido como prueba previa, otros

TABLA 4. Dificultad de comprensión de diez plegables de Divulgación del ICA sobre brucelosis, medida por tres métodos diferentes. 1980*

Calificación	Nivel	Métodos					
		MFJP		FOG		Spaulding	
		P*	F	P	F	P	F
Fácil	A**	80-90	4	0-4	0	20-40	0
Relativ. - fácil	B	70-79	0	5-8	0	41-60	0
Promedio	C	60-69	4	9-12	0	61-80	0
Relativ. - difícil	D	51-59	0	13-16	0	81-100	1
Difícil	E	30-50	1	17-20	4	101-120	7
muy difícil	F	0-29	1	21+	6	121-190	2

* P = puntos; F = frecuencia

** A = 1 a 3 años de primaria

B = 4 a 5 años de primaria

C = 1 a 4 años de secundaria

D = 5 a 6 años de secundaria

E = Educación Universitaria

F = Educación de postgrado

* Fuente: Trabajo en progreso realizado por el Dr. Luis Carlos Villamil, ICA

serían los resultados. En este sentido el ICA, desde hace tres años, viene utilizando pautas para evaluar materiales para publicaciones, y empieza a imponer la prueba previa de comprensión como requisito para publicar material divulgativo.

En cuanto a material audiovisual, Muñoz (14), en un estudio reciente, encontró que no hay diferencia estadísticamente significativa entre un mensaje para campesinos apoyado en 75 visuales sincronizadas con 25 minutos de narración, 60 visuales con 15 minutos, y 30 visuales con diez minutos de narración. De otro lado, los agricultores incrementaron los conocimientos con significación al nivel del 1%, mediante cada uno de los tres tratamientos. Esto indica que, si los campesinos tienen que ver un audiovisual, la forma de presentarlo no es tan importante como el fondo, y que por lo tanto se puede simplificar la producción, sin descuidar el contenido ni la calidad. Estos resultados contradicen la teoría al respecto y por eso son importantes.

Bernal (5) evaluó la comprensión del sonoviso "Para una porcicultura próspera" y encontró un incremento significativo (al nivel del 0,01%) de conocimientos con la exposición al mensaje. Los incrementos fueron del 35% (de 57 a 72%).

Fierro (9) hizo un análisis de comprensión de sonoviso "ganado para exportación" y encontró que los entrevistados, líderes comunales rurales, sabían del tema 62,5% antes y 83,3% después. El aumento no es significativo al nivel del 5%. Ello se debe en parte al alto nivel de conocimiento antes y a fallas en el guión pues dos conceptos ("parásitos internos y externos y determinación de la salud del animal por inspección de la canal") dieron incrementos muy bajos.

Ya en mi ruta de conclusión, quiero traer hasta ustedes, así sea brevemente, una experiencia de Acción Cultural Popular sobre participación de la comunidad en un periódico rural, en 1974 y 1975. A grandes trazos, se trabajó con un Laboratorio Móvil de Comunicaciones (LMC) que constaba de una unidad de impresión (offset), otra de información y un grupo de técnicos. El proyecto piloto duró 8 meses, se atendió a nueve veredas con reuniones, cursos, y a la edición con participación comunitaria de un periódico local que alcanzó nueve números. Se concluyó que "se requiere alguna capacidad o disposición por parte de la población para que el proyecto sea aceptado y participen en él" (16, p. 59).

Con base en esta experiencia se escogió otra región donde ya había esa capacidad o disposición, mediante acción que había desarrollado el Movimiento Colombiano de Reconstrucción Rural, y se llevó a cabo el proyecto, en 1975. En vez de las extensas observaciones logradas, deseo destacar las recomendaciones que, después de esta experiencias, ofrece ACPO.

1. *Equipo de Laboratorio:* Adaptar la tecnología del Laboratorio Móvil a las situaciones locales.
2. *Procesos de investigación:*
 - Especializar más las investigaciones
 - Integrar al equipo evaluador a los departamentos operativos

- Enfocar más el programa de investigación hacia el proceso educativo.
- Construir diseños más factibles que se originen y busquen la solución de problemas prácticos bien definidos.

3. *Servicios a las Comunidades:*

- Cubrir pocas comunidades pequeñas e integradas físicamente, o especializar la acción del programa para prestar servicios más específicos.
- Prestar servicios en comunidades en las cuales se tenga ya una vinculación previa con la población, para poder ambientar las acciones del LMC.
- Asociar el programa con otros servicios de desarrollo eficaces.

Por último, deseo presentarles dos recomendaciones que han surgido del trabajo del ICA en el área de Pamplona, departamento de Santander*, donde hemos practicado la metodología de transferencia de tecnología y ya hemos evaluado planes de transferencia. Después de tres años de labores en ese sentido hemos encontrado que el éxito en el plan de transferencia de tecnología (planes de comunicación en desarrollo) se relaciona en forma determinante con dos factores de comunicación: definición del interés comunicativo, y elaboración de la estrategia.

La identificación del interés comunicativo es un factor que incluye no sólo la correcta caracterización del problema o interés comunicativo, sino que se refiere además a que el técnico y el productor deben identificarse con el problema, y buscar conjuntamente las soluciones. Al respecto Burke (6) discute el concepto de identificación como una de las bases de la retórica. La estrategia, que incluye las definiciones de cómo, cuándo y por qué se hace el plan, es también básica para el éxito. Ello implica, en el esquema que emplea el ICA, definir en el mundo de los hechos (es decir, no apenas en teoría) el propósito (los objetivos), los mensajes, los públicos, y los recursos disponibles.

A manera de síntesis, deseo traer a este seminario el recuerdo de una lectura mía de un escrito de Bertrand Russell. Decía él que los países más avanzados científica y tecnológicamente se caracterizan porque observan científicamente el comportamiento de su población, y a partir de allí definen las normas y las leyes que rigen ese comportamiento. En cambio los países menos avanzados definen las normas y las leyes de comportamiento de su población por cualquier método - generalmente hortativo - y tratan luego de forzar a la población a que se comporte según esas normas y leyes. Quizás por eso, agrego yo, es que estos últimos países siguen siendo menos avanzados. En el ICA, en Colombia, en el Programa de Desarrollo Rural, estamos investigando para conocer el comportamiento de nuestra población, para de ahí deducir las normas que lo rigen y basar en ellas nuestras actuaciones. Ese es nuestro reto permanente.

* Milton Gerardo Muñoz I.A. M.S. quien ha tenido a su cargo ese trabajo, está elaborando un documento titulado "Investigación sobre sistemas de comunicación para la transferencia de tecnología en el Distrito de Pamplona".

LITERATURA CITADA

- AMAYA, S.; NOVOA, A.R. Tendencias de la investigación en comunicaciones para el desarrollo rural en América Latina. Bogotá, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo CIID, 1976.
- ANZOLA DE M., P. Las Facultades de Comunicación y la Investigación. Bogotá, Fundación para la Educación Permanente en Colombia y Grupo de Estudio de la Investigación en Comunicaciones, 1978. 41 p.
- AREVALO, M.; ALBA, V. Análisis de la Investigación en Comunicaciones Agropecuarias en Colombia. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario ICA, 1974. 89 p.
- AREVALO, M.; FIERRO, L.H.; QUIROS, J.E.; CORREA, S.; LOPEZ DE AGUIAR, E.; PARDO, F.; DUARTE, A. Estrategia de Comunicaciones. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1976. 116 p. (Manual Administrativo N° 8).
- BERNAL, Z., R. Evaluación del sonovisc "Para una porcicultura próspera". Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1978. 25 p.
- BURKE, K. A Rhetoric of Motives. Berkeley, University of California Press, 1974. p. 55-59
- CUELLAR, D.; GUTIERREZ, J. Análisis de la Investigación y de la aplicación del Difusionismo. En: Seminario sobre Comunicación Social para Directores del INDERENA. Bogotá, IICA-CIRA, 1972.
- DETSCHMANN, J.P.; FALS BORDA, O. La comunicación de ideas entre los campesinos colombianos. Bogotá, Facultad de Sociología de la Universidad Nacional, 1972. 25 p. (Monografías Sociológicas N° 14).
- FIERRO, L.H. Evaluación de Comprensión sobre el sonoviso "Ganado para Exportación". Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1977. 17 p.
- FOX DE CARDONA, E. Investigaciones sobre la televisión en Colombia. Bogotá, Fundación para la Educación Permanente en Colombia y Grupo de Estudio de la Investigación en Comunicaciones, 1978. 68 p.
- GIRALDO, A.; CASTILLO, L.M. de; BERNAL, H.; QUINTERO, J. Identificación y análisis de algunos estudios de investigación en el área de comunicación-educación. Bogotá, Fundación para la Educación Permanente en Colombia y Grupo de Estudio de la Investigación en Comunicaciones, 1978. 49 p. (Incluye además 4 anexos de 82, 96, 27 y 29 p.).
- MCLEAN, M. Frontiers of Communications Research. Madison, University of Wisconsin, 1966 (Paper presented at the 1966 Journalism Institutes, Univ. of Wisconsin).

- MORCILLO, P.P. Estado de la Comunicación institucional en el sector público en Colombia. Bogotá. Fundación para la Educación Permanente en Colombia y Grupo de Estudio de la Investigación en Comunicaciones, 1978. 106 p.
- MUÑOZ, M.G. Comparación de tratamientos para la presentación de series proyectables a campesinos. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1979. 86 p. (Boletín de Investigación N° 56).
- NIETO, M., E. Participación campesina en la producción de materiales escritos utilizando un Laboratorio Móvil de Comunicación. Bogotá, Acción Cultural Popular, 1976. 18 p. (Documento de Trabajo N° 28-B.).
- RANGEL, L.A.; MARTINEZ, M.E.; GUERRERO, Y. Un modelo de programación radial agropecuario. Bogotá, Universidad Jorge Tadeo Lozano, 1978. 66 p. (Tesis de Licenciatura en Comunicación Social).
- RINCON RINCON, H. La investigación sobre comunicación en los círculos rurales colombianos. Bogotá, Fundación para la Educación Permanente en Colombia y Grupo de Estudio de la Investigación en Comunicaciones, 1978. 116 p.
- RINCON RINCON, H. La Comunicación Social en Colombia. Bogotá, Edit. Andes, 1979. 298 p.
- RINCON RINCON, H. Periodismo Rural y Transferencia de Tecnología: relaciones entre las personas y sus mundos. Bogotá, 1978 42 p. (Documento presentado al encuentro sobre periodismo para el desarrollo rural en el Grupo Andino, Abril 24 - 29 de 1978).
- ROGERS, E. with SVENNING, L. Modernization among peasants: the Impact of Communication. New York, Holt, 1969. 429 p.

PLANEACION Y EVALUACION DE ACTIVIDADES DE COMUNICACION RURAL:
¿DONDE ESTA LA FALLA?

Luis Hernán Rincón Rincón, Ph.D.

Hay dos adagios -quizás apenas dos versiones del mismo adagio- que poseen acento grande y sonoro en la planeación. Uno dice: "Si usted no sabe para donde va, jamás llegará". El otro dice: "Si usted no sabe para donde va, cualquier camino le conduce allá". El primero le da énfasis al punto de llegada y el segundo relaciona la meta con los caminos para alcanzarla. Ambos dejan tácito el punto de partida.

El punto de partida, los caminos, y las metas, me han preocupado durante la preparación del tema que me fijaron los organizadores de este seminario internacional. Y les confieso que no ha sido fácil la tarea, y que ha sido angustiosa aun con la ayuda de seis honestos servidores que me sugirieron mi formación periodística y que traje en mi ayuda. Me refiero a que en todos estos días pasados he tenido en la mente la rimada conclusión de Kipling:

Seis honestos servidores
Me enseñaron lo que sé
Sus nombres son: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y para qué.

Al relacionar los adagios con los seis honestos servidores, surge un esquema obvio, pero valioso, de varias preguntas y no sólo una, tanto para el comienzo, como para los caminos y para el final. Por ese camino del razonamiento común llegamos al mismo esquema global que los tratadistas de la comunicación sugieren para planear campañas de comunicación. Además, por comparación entre el comienzo y las metas se establece la evaluación, donde también trabajan los seis honestos servidores, pero para decirnos cuales son los resultados, y que cambios son los más indicados para continuar.

Como iniciación deseo aclarar que la diferencia entre planear y planificar está en que planear es trazar planes o estrategias y planificar es trazar planos o mapas. Es bueno evitar que se confunda los planes con los planos.

En cuanto al concepto comunicación, ustedes saben que tiene muchas definiciones especializadas desde las descriptivas como la de Aristóteles: Orador, discurso y audiencia, y la de Berlo, llamada Fuente-Mensaje-Canal-Receptor (FMCR); hasta las funcionales como ésta: comunicación es el proceso mediante el cual se obtiene una respuesta especificada de antemano para un estímulo dado, en condiciones establecidas. La definición que, académicamente, prefiero es, empero, la siguiente:

Comunicación es el proceso mediante el cual se transmiten las informaciones, las decisiones y las directrices entre los actores (en un sistema social), así como también los modos como se forman o modifican por interacción los conocimientos, las opiniones y actitudes". Rincón (13p.61,).

En la planeación de la comunicación social uno analiza un problema global en su ambiente, desde diferentes puntos de vista y fija objetivos y estrategias para cumplirlos. Por ejemplo, el problema de la aftosa no se analizaría apenas como problema veterinario, ni de cuotas de exportación de carne, sino que se estudiaría en relación con costumbres de la gente, factores modernos de producción, liderazgo nacional, valores de grupo, dificultades de comunicación, dispersión de la población, recursos físicos, económicos y humanos efectivamente disponibles, oportunidad, organizaciones comunitarias existentes, legislación, experiencias negativas, tecnología disponible. En la planeación de la comunicación una parte del análisis del sistema social particular y, guiado por el interés comunicativo, responde a preguntas diversas como si trabajara bajo el control de los seis honestos servidores, y llega hasta el cumplimiento de los objetivos preestablecidos de comportamiento humano como medida del éxito o fracaso de la campaña, sea ésta informativa, promotiva o educativa.

Antes de pasar a otra preocupación, conviene aclarar que ese éxito o fracaso se traduce en las respuestas de las personas a la campaña y que esas respuestas de las personas a la comunicación pueden ser de varias clases: Aceptación, indiferencia o rechazo. La respuesta positiva puede ser aceptación cognoscitiva, aceptación afectiva, y acción expresa. Además estas respuestas pueden ir a reforzar la existente o a cambiarlo, y están influidas, o afectadas por predisposiciones sociales y psicológicas del individuo, algunas de ellas relacionadas con la fuente, otras con el mensaje, otras con el canal o medio, y otras con el receptor mismo.

Dados todos estos factores envueltos en la comunicación, surge claro que la pregunta central no sería ¿por qué los productores no aceptan las recomendaciones ni las ponen en práctica? La pregunta debe ser más concreta y a entender se trata de: ¿Dónde están las fallas que han hecho menos efectivo nuestro esfuerzo de comunicación?

Pero, en comunicación no hay fórmula o receta para asegurar el éxito, ni hay alguna prueba clave para detectar las fallas. Hay sin embargo, recomendaciones surgidas de la investigación en las ciencias sociales, para orientarse mejor. Varias de esas recomendaciones tratadas por Alba (1), Pérez (9), Rincón (74), y Quirós (11), se resumen en los siguientes puntos:

1. Las luces que nos guían son:
 - 1.1. Desarrollar planes o estrategias.
 - 1.2. Solucionar problemas.
 - 1.3. Estudiar situaciones de comunicación relacionadas con conocimientos, afectos y acciones u omisiones.
 - 1.4. Responder preguntas como ¿Cuándo y qué hay que comunicar, a quién, con qué propósito?
 - 1.5. Saber qué se necesita antes de empezar a comunicar.
2. Establecer si hay alguna manera general de manejar una campaña de comunicación.
 - 2.1. Definir en forma muy específica donde está usted como comunicador. Usted debe empezar a trabajar desde ese punto.

- 2.2. Recordar que usted es el único recurso que usted puede controlar a fondo. ¿Qué puede hacer usted? ¿Qué sabe usted de la situación?
 - 2.3. No olvidar que toda comunicación tiene un propósito: obtener una respuesta.
 - 2.4. Saber que toda estrategia necesita de un actor en punto central: ¿Quién es ese actor?
3. Volver a pensar que en la elaboración de una campaña - por ejemplo de control de la fiebre aftosa - necesitamos estudiar un problema general desde diferentes puntos de vista.
 4. Involucrar en la campaña a la gente que se considera que debe estar involucrada. Esto es parte fundamental del proceso de formular un plan.
 5. Tener en la mente que el objetivo central de una campaña es lograr que la gente haga algo. Que la gente responda, sea negativa o afirmativamente.
 6. Jamás pasar por alto que un propósito importante de una campaña es poner las soluciones donde se necesita ponerlas y hacerlo en el tiempo más adecuado.
 7. Definir objetivos de comportamiento humano: ¿Qué espera usted que la gente esté haciendo después de que se lleve a cabo la campaña? La respuesta a esta pregunta es un objetivo de comportamiento.
 8. Definir qué es lo que deben hacer otras personas además de usted.
 9. Escribir los objetivos de la campaña. Es decir, redactar las respuestas de comportamiento humano que usted quiere lograr como resultado de la campaña.
 10. Tener presente que en ciertos puntos o ciertas etapas de la campaña el problema se concentra en la pregunta ¿Cómo hacer para que otras personas participen?
 11. Preguntarse a cada momento por qué no le gusta la situación como está. ¿Qué cambios quiere lograr usted?
 12. Regresar al estudio de la situación inicial. Repasarla, definir los índices que usted desea obtener como resultado de la campaña.
 13. Seguir un derrotero, un camino bien escogido.
 14. Buscar respuestas a la pregunta ¿Cómo hará usted para situar todos sus mensajes en la misma persona en el momento preciso? Esto envuelve la decisión acerca de los medios de comunicación que usted va a usar y de las fechas y duración de ese uso.
 15. No olvidar que la legitimación de una práctica es muy importante. Algunos, tanto en las organizaciones vinculadas con el envío del mensaje, como en las veredas y demás lugares donde están los destinatarios, tiene la misión de decir "está bien". ¿Cuál es la estrategia para lograr que ese alguien diga "está bien" a la campaña?

16. Identificar cual es la oposición a la campaña y quienes la hacen, cómo se enfrentará esa oposición? Esto es tan importante en las campañas de sanidad animal como en las campañas políticas.

17. Darse cuenta desde el comienzo que el trabajo suyo consiste en hacer algo para crear movimiento en la gente. Usted está incluido ahí.

18. Se requiere convencer gente para que convenga a otros.

19. Recordar a cada paso que una posición moderada de cambio puede ser más efectiva que una posición extrema de cambio. Esta última genera mayor resistencia.

20. Pensar en lo que se hará mañana, dentro de un mes, dentro de un año, dentro de cinco años. Comparar esos puntos con el punto de partida.

Esas son las guías principales. En el ICA (Colombia) a partir de 1974 se dio mayor énfasis a poner en práctica esas ideas. En ese año, el Instituto Colombiano Agropecuario, por intermedio de la División de Comunicación propuso la ejecución de las siguientes campañas (13):

1. Plan de Divulgación de la Campaña contra Brucelosis
2. Plan de Divulgación de la Campaña contra la Fiebre Aftosa
3. Plan para la Campaña de Comunicación del Moko del Plátano
4. Plan de Comunicación para el Cultivo de Cacao
5. Plan de Comunicaciones en Semilla Certificada
6. Campaña de Comunicaciones para el Control del Anillo Rojo del Cocotero
7. Campaña de Comunicaciones para el control de Roedores en el cocotero en la Isla de San Andrés

A estas se agregan otras más recientes.

8. Colaboración en la Campaña de Prevención Contra la Roya del Cafeto
9. Campaña Contra el *Oestrus ovis*
10. Campaña Contra la Roya Amarilla de la Cebada
11. Campaña de prevención contra la roya del cafeto en Puertos y Aero-puertos.

Las campañas han tenido un denominador común que es el proceso de planeación que comprende las siguientes etapas (7):

1. Determinar el problema o interés comunicativo
2. Adelantar un diagnóstico de la situación
3. Trazar un programa
4. Formular alternativas
5. Diseñar un plan de comunicación que comprenda: objetivos, metas, área, audiencia, mensajes, medios de comunicación, estrategias, duración, responsabilidades y costos
6. Obtener la aprobación
7. Producir y ejecutar la campaña
8. Evaluar
9. Hacer el seguimiento.

Notarán ustedes como se perfila aquí detrás de la técnica, la filosofía popular que hay en los adagios mencionados al principio: Es necesario saber de dónde se parte (diagnóstico), por cuál camino se viaja con más probabilidad de llegar a la meta (objetivos), y cómo se evalúa y se hace el seguimiento.

El enfoque que le ha dado el ICA a las campañas de comunicación para pequeños productores, a partir de 1977, merece un comentario especial. Con la experiencia ganada en las campañas ya enunciadas, y con la filosofía de integrar la comunicación al contexto socio cultural en que la gente se comunica, más el esfuerzo gigantesco para desarrollar una metodología integral de transferencia de tecnología, adaptable a cada región en particular, el ICA encontró necesario y conveniente trabajar bajo el concepto de planes de transferencia de tecnología. En pocas palabras, los planes de transferencia son planes de comunicación, y hacen parte de la estrategia para transferir tecnología a pequeños y medianos productores. Pueden elaborarse conjuntamente con los planes de producción o pueden ir sin plan de producción, tal como ocurre con campañas de promoción e información.

Para elaborar un plan de transferencia de tecnología, se parte de las recomendaciones que tenga el ICA para los arreglos productivos prioritarios en una región. En áreas donde se ha diligenciado la ficha técnica se parte de la información consignada en esa ficha, y de las recomendaciones que tenga el ICA. Con esa información se desarrollan los objetivos y se establece la estrategia y el cronograma de realizaciones. En muchos casos la información existente no es suficientemente específica para servir como punto de partida y entonces se toma una medida de la situación antes de la iniciación del plan de transferencia de tecnología. Cumplido éste, se toma una medida similar de la situación después, que es la segunda medida en el tiempo. Por comparación se mide el avance logrado.

En resumen, un plan de transferencia de tecnología tiene las siguientes etapas (1):

1. Determinación del problema o interés comunicativo:

- 1.1. ¿Cuál es la razón de ser de una acción comunicativa?
- 1.2. ¿Cuál es la justificación social, económica y política de esa actividad en un área determinada?

2. Diagnóstico: ¿Qué situación tenemos? En este caso se procede a estudiar todo lo relacionado con el problema que se quiere resolver y con los momentos del proceso de comunicación. La fente es el personal técnico el que debe definir las recomendaciones para dar por arreglo prioritario. Los mensajes se elaboran con base en la ficha técnica y en los documentos de identificación de sistemas locales de producción. Los canales son los medios o las formas a través de los cuales se envían o se llevan los mensajes y varían en una región a otra, por ejemplo, se usa medios de grupo en comunidades nucleadas y medios masivos donde hay alto grado de dispersión de la población. Los receptores son en general los usuarios directos del ICA, pero pueden ser también otras personas de la región.

3. Elaboración del plan de comunicación. El principio guía es trabajar comunicativamente. ¿Qué queremos lograr? ¿Qué medios vamos a utilizar? ¿A quién vamos a llegar? ¿Qué estrategia vamos a seguir? ¿Con qué presupuesto contamos?

4. Aprobación

5. Producción y Ejecución del Plan. ¿Quién hace qué?
¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Con qué medios? ¿Para qué?

6. Evaluación. ¿Qué cambios o qué refuerzos se lograron?
¿Qué se hizo? ¿Qué no se hizo? ¿Por qué? ¿Cuál es el paso siguiente?

Hay ya más de una docena de estos planes en marcha bajo la supervisión de la División de Comunicación. Hay algunas evaluaciones con resultados positivos. Y es estimulante comentar que ya hay distritos que por su cuenta han escrito planes de transferencia de tecnología con esa metodología y nos los han enviado para nuestros comentarios y observaciones. Quizás el mayor logro es que les hemos vendido la idea de que es necesario trabajar comunicativamente, y que la actividad de comunicación no es otro trabajo, sino una manera eficiente de realizar el trabajo diario de transferencia de tecnología, para beneficio del receptor, esto es del productor agropecuario.

Ahora bien, la evaluación de las campañas es en verdad un trabajo de comparación de las frías cifras del cambio observado en el mundo real de hoy con los entusiastas, bien intencionados y técnicamente calculados objetivos de ayer. La evaluación es, pues, no sólo medir el alcance de los medios de comunicación en el sentido publicitario de cobertura o penetración, sino también la valoración de los recursos involucrados en la campaña.

Todos los expertos señalan tres clases de evaluación y concuerdan en que todas tienen sus méritos: la informal, por ejemplo, una conversación con un ganadero sobre sus limitaciones para transportar, debidamente enfriada, la vacuna contra la fiebre aftosa. La semiformal, que es a la vez ocasional y sistemática, como es sumar y promediar los registros llevados como rutina en una área de vacunación, y comparar esos promedios con los objetivos. Finalmente, está la evaluación formal, que es en verdad un nivel básico de la investigación científica, y como tal requiere conocimiento de las aproximaciones científicas a la definición de problemas, variables, e hipótesis. Ya habíamos anotado que la evaluación es una parte importante de la planeación de campañas de comunicación y que en ella trabajan con gran eficiencia nuestros seis honestos servidores.

Los datos de evaluación de campañas realizadas o en marcha en Colombia nos dan lecciones aprendidas o por aprender.

En términos de misión cumplida por actividades realizadas, dentro de estas campañas se puede hacer listas de robusto volumen. En términos de efecto en el comportamiento de las personas, se puede hacer una síntesis muy breve e impresionante:*

1. La Brucelosis sigue en marcha: el porcentaje de terneras vacunadas en relación con el total de terneros en edad de vacunar fue de 13,18% en 1978,

*Ver lista de campañas en la página 91.

era de 15,42% en 1972. El porcentaje más alto logrado es 23,04% en 1977, cuando se tenía proyectado estar vacunando el 100% de las terneras en edad de vacunar.*

2. La fiebre aftosa sigue su marcha. Ya ustedes escucharon que en Colombia y en 1979, el número de predios afectados de fiebre aftosa aumentó en un 56,4% en relación con 1978. Y los casos bovinos con fiebre aftosa pasaron de 12.267 a 13.565 en el mismo período (5).

3. El moko del plátano, una enfermedad bacteriana que ataca a esta clase de musácea, sigue extendiéndose y afectando las plataneras del país. La campaña marcha pero no se ha evaluado.

4. El volumen de semilla mejorada vendida en el país en 1979A (1979, primer semestre) fue apenas el 37,4% de la semilla disponible. En el 78B fue de 38,2% y en el 78A de 53,4%.**

5. El anillo rojo no ha podido ser controlado. Las pérdidas en 1972 se calculaban en más de 200 millones de pesos al año por establecimiento del cultivo y en 188 millones de pesos al año por ausencia de producción. La campaña se realizó de julio 1975 a febrero de 1976, y fue de naturaleza promotiva e informativa, mediante el uso de medios masivos e interpersonales. La campaña fue evaluada por Plaza (10) y entre los resultados se tiene que el 36,9% de la población hacía control de la enfermedad correctamente, el 31,5% controlaba correctamente el vector, y el 62,3% no hacía las labores culturales en su totalidad. La comunicación que más influyó fue la interpersonal, y el 73,9% de la población tenía un nivel medio de conocimientos sobre el problema. El 55,4% tenía grado mediano de adopción de las prácticas recomendadas. Al preguntarles por qué no hacían el control, dieron como respuestas falta de bomba, no hay picas, ni insecticidas.

6. La campaña contra los roedores no se efectuó como estaba planeada y se continúa con medidas esporádicas.

7. La campaña contra el *Oestrus ovis* se hizo con limitaciones y aunque se elaboró un plan para evaluarla, esa evaluación no se hizo. El área afectada por el mal se extendió y se reprogramó recientemente una acción más amplia y envolvente que está en marcha y amerita evaluación.

8. La campaña contra la roya amarilla de la cebada fue relámpago, y no efectiva, gracias a que la investigación contaba con recursos para controlar la enfermedad y a la alta tecnificación del cultivo. Después de un desastre en 1977 en ese cultivo, hoy la roya amarilla de la cebada no es problema de importancia económica.

9. La campaña contra la roya del cafeto es la de más envergadura, la más conocida, la más bien presupuestada, la más específica, la más evaluada. Es

* Datos suministrados personalmente por el Dr. Luis Carlos Villamil, A.A.
Calle 123, Bogotá, Colombia.

** Datos suministrados por Acosemillas, Carrera 4a. Nº 18-50 Of. 2103, Bogotá, Colombia.

también una campaña peculiar en su esencia pues aún no tenemos la roya y lo que se requiere es la adopción de conocimientos sobre aspectos de una enfermedad aún exótica. Se diferencia de otras en que el costo de la adopción es relativamente ninguno, al menos hasta cuando llegue, pues, "la roya está cada vez más cerca del país" es una frase recientemente incluida en la campaña. Este trabajo contra la roya - o mejor contra su llegada al país - ha sido evaluado por diferentes autores como Aristizábal (2) y Muñoz (?), entre otros, con resultados positivos.

Pero dado que la ciencia no tiene fronteras y que las lecciones de una parte del mundo pueden ser útiles en otra parte del mundo, si las asimilamos y procesamos para nuestros propios sistemas, considero mi obligación para cerrar esta exposición compartir con ustedes algunas lecciones aprendidas en otra parte del mundo. Necesito, para darle cabida a esas lecciones en este trabajo, aceptar que una campaña bien planeada de comunicación, en este caso para problemas de sanidad animal, es similar a un proyecto, por ejemplo al proyecto Puebla, el Proyecto Cáqueza, o el proyecto Sanitario de Urabá.

El proyecto Puebla, es nuestro, de América, monotemático (maíz), ya evaluado y nos deja lecciones importantes que no podemos dejar de estudiar y aprender. Su objetivo primordial según Díaz, Jiménez y Laird (3) ha sido desarrollar, refinar y someter a prueba una estrategia para producir maíz entre los campesinos del valle de Puebla. Otro objetivo fue dar entrenamiento a personal que luego estableciese proyectos similares. El objetivo central se ha ido cumpliendo desde 1969, "pero los campesinos aún no han duplicado sus rendimientos en maíz". Esto se ha debido a "un proceso lento de adopción de tecnología y a muchos otros problemas (principalmente de naturaleza institucional) que han impedido que la mayoría de los campesinos participen en el programa de crédito". El segundo objetivo había tenido un cumplimiento lento, modesto, hasta 1973 pues sólo se había entrenado a 66 personas. Sin embargo, hoy Puebla es un centro de entrenamiento, que tiene centenares de egresados.

De acuerdo con Díaz, Jiménez y Laird (3), las siguientes son lecciones que el Proyecto Puebla entrega a quienes deseen aprenderlas:

1. Debe formarse un equipo interdisciplinario de agricultores para trabajar directamente con los campesinos, especialmente para asesorarlos en el proceso de toma de decisiones y en la coordinación con las oficinas públicas y privadas.
2. El equipo debe estar integrado por individuos de inmejorables cualidades, con entrenamiento académico y capacidad de trabajar en armonía con otros y para aprender nuevas cosas.
3. Los miembros del equipo deben recibir entrenamiento para su trabajo, y en la filosofía del proyecto.
4. Se necesita recomendaciones confiables - bastante precisas y seguras - en producción agrícola y pecuaria. No todo productor está en capacidad de correr mucho riesgo. Por ello lo que se recomienda debe ser muy aceptable y probado.

5. Los funcionarios de asistencia técnica deben estar directamente involucrados en la solución de los problemas. Con información confiable a la mano, es necesario pasar a informar a los productores que las recomendaciones se deben seguir todas, y en la forma precisa en que están especificadas.

6. Es necesario organizar a los productores en grupos, para lograr mayor participación, y mayor cobertura.

7. Un grupo regional tiene que proporcionar el liderazgo para coordinar las actividades de las entidades públicas y privadas en la región. El líder de ese grupo debe coordinar las actividades de las oficinas de servicio, del equipo humano del proyecto (campaña) y de los productores, para que se complementen y no se encasillen en su propio interés.

8. No debe faltar el componente de evaluación. Es cierto que un miembro del grupo puede identificar limitantes, que un miembro puede canalizar la comunicación de retorno; pero es necesario que un especialista en evaluación esté capturando la información, haciendo estudios de seguimiento y desarrollando estrategias para resolver problemas. Debe también medir los logros en términos de los objetivos.

9. Un programa como Puebla, (o una campaña como el control de la brucelosis) debe empezar con un objetivo simple. Puede ser algo que los productores sientan que necesitan. Después de que este objetivo se haya logrado y se haya desarrollado la credibilidad en el programa o la campaña, se puede ampliar los objetivos.

10. El mecanismo administrativo para los programas regionales debe proporcionar fondos adecuados, disponibles al momento. Ello incluye condiciones favorables de trabajo, salarios y prestaciones competitivas con otras alternativas de trabajo, y materiales y equipo disponibles.

11. Un esfuerzo nacional con la aproximación de Puebla debe empezar con un programa regional simple donde se logre un grupo de personal entrenado, y extenderse luego a medida que el presupuesto y el personal lo permitan.

Estas lecciones son el fruto de trabajo en otras condiciones con otras gentes. Sin embargo, cabe la pregunta que cada uno de ustedes formule: ¿Dónde está la falla en nuestras campañas de comunicación en sanidad animal? Cada uno de ustedes obtendrá respuestas diferentes pues diferentes son las áreas y las gentes y las circunstancias, pero la motivación adecuada parece estar ausente en el proceso.

Unas cuantas lecciones más de Puebla tienen que ver directamente con comunicación (8).

12. Producción y disseminación de información no son dos islas sino dos puntos en un continuo desde la generación de la tecnología hasta el uso de la misma por el productor agropecuario. La "fuentes" no debe ser apenas la fuente de comunicación; debe extenderse el concepto para incluir la fuente de producción de información agropecuaria.

13. El componente de comunicación de retorno siempre podrá ser reforzado. Es común que la comunicación favorable de retorno no llegue. Es fácil que la desfavorable no se tome bien. Es común que si llega buena o mala, no se haga mucho al respecto.

14. La comunicación interpersonal y el aprender haciendo fueron ideas centrales del trabajo en Puebla. También lo fueron que tratar de convencer a una persona sin lograr para ella el visto bueno y el apoyo de su grupo era estéril.

La comunicación masiva, pues, se usó muy poco, pero se usó en casos concretos.

15. La evaluación de métodos y técnicas de comunicación en sí es más que todo parte del maletín personal de cada especialista en comunicación. La evaluación debe hacerse en términos del aporte de los medios al logro del objetivo del proyecto.

16. Quizás el problema más serio de este proyecto de desarrollo rural integrado fue obtener la cooperación total de las agencias agropecuarias involucradas. Generalmente en estos casos se habla de rompimiento de las comunicaciones.

Hay otras lecciones, aprendidas de las evaluaciones de campañas en otras latitudes. El proyecto Masagana 99, que convirtió a Filipinas de país importador de arroz en exportador de ese cereal, tenía como definición y objetivo incrementar la producción de arroz a 99 cavans por hectárea, mediante crédito y la práctica de 16 pasos tecnológicos, más tres factores de selección. Cuando Marcos lanzó el programa Masagana 99, el primero de mayo de 1973, se tenía investigación desde 1958, hecha disponible a los agricultores desde 1966, pero ellos no aplicaban las recomendaciones, o usaban apenas unas y olvidaban otras. El país importaba arroz. Hoy exporta.

Este programa Masagana 99 dejó varias lecciones analizadas especialmente por Ross (15). Este autor describe 17 factores que pueden convertirse en cuellos de botella de los proyectos de desarrollo, y -para ese efecto- de las campañas de comunicación. Vale la pena anotar que sólo uno de esos factores es la necesidad de un eficiente sistema de comunicación para diseminar mensajes de desarrollo. Veamos algunos de esos candidatos a cuellos de botella y los ejemplos dados por Ross.

1. La falta de liderazgo que entienda la nueva tecnología, que sea entusiasta y capacitado en la organización, la iniciación y la conducción de actividades de desarrollo. Ross cita como ejemplo el liderazgo que el Presidente Ferdinando Marcos le dio al Programa Masagana 99 con sólo inaugurarlo.

2. Falta de acceso al crédito suficiente y oportuno. El proyecto Masagana 99 resolvió este problema haciendo que sólo se requiera formar grupos de 5 a 10 agricultores y servir de fiadores unos de los otros, para tener acceso al crédito.

3. Falta de comunicación. En Filipinas, 85% de las casas tienen radios y así la radio ayudó bastante a promover el programa Masagana 99. Claro está

que el sistema de comunicación para realizar un trabajo efectivo varía de país a país y dentro de países.

4. Falta de involucramiento de todos los segmentos de una sociedad en los movimientos de desarrollo. Como ejemplo positivo, Ross cita el papel de la iglesia católica en el programa Masagana 99, pues este tema se volvió estándar en los púlpitos, ya que 72 curas se ofrecieron para recibir entrenamiento en producción de arroz, y en los templos se llevaron a efecto reuniones en las cuales todos los sacerdotes del área se comprometieron a hacer lo que pudieran para promover el programa.

5. Prácticas corruptas de compañías privadas y de funcionarios del gobierno. En el programa Masagana 99 se dio el caso de personal de la industria privada que sobornaba a los técnicos de extensión para que recomendaran productos químicos inútiles en el control de enfermedades y plagas del arroz. Ocurrió también el fraccionamiento de la formulación de fertilizantes en arroz, para usarlos en caña de azúcar, lo cual redujo los rendimientos del arroz. Ocurrió también la tenaza, fenómeno en que la venta de un producto es condicionada por el comerciante a la compra de otros productos sin uso rentable para el productor agropecuario.

6. Falta de un método sistemático para remover cuellos de botella. Ross cita como ejemplo de buen trabajo en este campo, la labor del "Trouble shooting committee", organizado especialmente para remover los cuellos de botella que se presentaran en el programa Masagana 99.

Estas lecciones asiáticas me traen a la conclusión de esta conferencia. Confío que haya podido comunicarles una serie de ideas y experiencias sobre planeación y evaluación de campañas de comunicación. La planeación es el planteamiento anticipado de una serie de interrogantes y la elaboración de las respuestas respectivas, todo con miras a llevar a efecto objetivos de comportamiento humano que, partiendo de una situación antes, lleven mediante la campaña a las personas a hacer el cambio necesario. La evaluación es la comparación de la situación antes con la situación después. Como no hay receta ni clave para lograr el éxito -debido a que el ser humano es capaz de cambiar las reglas del juego y el juego mismo- los objetivos son la base de todo el trabajo, y las lecciones aprendidas en cabeza ajena son como las boyas que indican a los navegantes de hoy donde encallaron otros navegantes en el pasado. Esas lecciones son un legado tan valioso como cualquier grado de logro en los objetivos. Aprendámoslas. Y no dejemos que detrás de todas las lecciones esté el preocupante hecho señalado por Klonglan de que "en la mayor parte de las comunicaciones interpersonales le hablamos a otros para persuadirnos a nosotros mismos". Hablemos para persuadir a otros.

LITERATURA CITADA

- ALBA, V. Planeamiento de la comunicación. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1970. 2 p.
- ARISTIZABAL, R. Influencia de la comunicación masiva en la difusión de información sobre la roya del cafeto. Manizales, Facultad de Agronomía de la Universidad de Caldas, 1972. 87 p. (Publicada por el ICA en 1972).
- DIAZ CISNEROS, H.; JIMENEZ SANCHEZ, L.; LAIRD, R.J. The Puebla Project in Mexico. *In*: WEBSTER, R.L., ed. Integrated Communication: Bringing People and Rural Development Together. Honolulu. The East-West Center, 1975. p. 119-128.
- FIERRO, L.H.; PLAZA, J.E.; MUÑOZ, M.G. Bases para el planeamiento de la comunicación en los Distritos de Transferencia de Tecnología. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1978. 83 p.
- INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO. BOGOTA (Colombia). Informe presentado a la VII Reunión Ordinaria de la Comisión Sudamericana de Lucha contra la Fiebre Aftosa. Bogotá, 1980. 20 p.
- MINISTRY OF AGRICULTURE (REPUBLIC OF THE PHILIPPINES). Masagana 99 Rice Culture: 16 Steps Irrigated Transplanted. Quezón City, Ministry of Agriculture, 1978. 20 p.
- MUÑOZ, M.G. Evaluación de la campaña divulgativa y educativa contra la roya del cafeto en los territorios nacionales y la costa atlántica. Bogotá, Programa de Estudios para Graduados UN-ICA, 1977. 120 p. (Tesis de Magister Scientiae).
- MYREN, D.T. Analysis of Communication in the Puebla Project. *In*: WEBSTER, R.L., ed. Integrated Communication: Bringing People and Rural Development Together. Honolulu, The East-West Center, 1975. p. 129-131.
- PEREZ, H. Planeación de las comunicaciones. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1971. 3 p.
- PLAZA, J.E. Evaluación de la campaña divulgativa para el control del Anillo Rojo del cocotero en la costa pacífica (Cauca-Nariño). Bogotá, Programa de Estudios para Graduados UN-ICA, 1977. 130 p.
- QUIROS, J.E.; MORRIS DE F., A. Plan de comunicaciones del Instituto Colombiano Agropecuario ICA. Bogotá, 1975. 51 p. (Mecanografiado).
- QUIROS, J.E. El por qué de las campañas de comunicación. Temas Didácticos (Colombia) v. 3 n° 1-2, p. 3-8, 1975.

- RINCON RINCON, H. La Comunicación Social en Colombia. Bogotá, Edit. Andes, 1979, 298 p.
- RINCON RINCON, H. Planeación de la comunicación social. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1972. 16 p.
- ROSS, V.E. The Communication Process and Agricultural and Economic Development. *In*: JAMIAS, J.F., ed. Readings in Development Communication. Laguna, Philippines, Univ. of the Philippines, 1975. p. 119-133.

ASPECTOS PEDAGOGICOS DEL USO DE LA COMUNICACION EN PROGRAMAS DE SALUD ANIMAL

Juan Díaz Bordenave

La eficacia educativa de los programas de salud animal podría aumentarse significativamente si se observaran algunos principios pedagógicos relativamente simples en la ejecución de las actividades de comunicación con los productores rurales.

1. El primer principio es que la persona aprende y recuerda mucho mejor y tiende a adoptar y aplicar aquello que LE INTERESA Y QUE ESTA RELACIONADO CON SUS VERDADERAS NECESIDADES.

Antes de intentar enseñar cualquier cosa, debemos cerciorarnos de como esta cosa se relaciona con lo que nuestro público siente, necesita y desea.

La mejor forma de conseguir esto, es iniciar cualquier actividad de comunicación refiriéndose primero a los PROBLEMAS y NECESIDADES del público, a su SITUACION ACTUAL, a sus ASPIRACIONES y DESEOS, antes de entrar en temas de nuestro interés como educadores.

Mejor todavía, si las circunstancias nos permiten, es pedirle al público que se exprese con franqueza sobre sus necesidades y problemas, antes de presentarle nuestras ideas y recomendaciones.

2. El segundo principio es que toda persona aprende cosas nuevas con base en la EXPERIENCIA PROPIA vivida en diferentes situaciones, y en la cual están basados REPERTORIOS

de conocimientos
de actitudes
de habilidades

Cada persona tiene así, un MUNDO DE EXPERIENCIA diferente, es decir, repertorios vivenciales diferentes. Lo importante es que LA PERSONA SOLO PUEDE APRENDER ALGO NUEVO SI EN SU REPERTORIO YA EXISTE ALGO QUE LE PERMITA CAPTAR O ENTENDER LOS NUEVOS CONOCIMIENTOS.

Esto se llama "esquemas de asimilación". Por ejemplo, el concepto de VIRUS sólo podrá ser captado si la persona ya tiene algún esquema de asimilación relacionado con "organismos invisibles y transmisibles que producen enfermedades".

Entonces, antes de enseñar algo nuevo, debemos asegurarnos de que nuestro público tenga algún esquema previo que le permita captar y entender el concepto novedoso.

3. El tercer principio es que EXISTEN DIFERENCIAS INDIVIDUALES EN LA CAPACIDAD DE APRENDER, EN LA VELOCIDAD DE APRENDIZAJE Y EN LA INTERPRETACION DE LO APRENDIDO.

No podemos pretender que todo nuestro público aprenda igualmente lo que le enseñamos, pues cada uno tiene procesos de asimilación diferente según

- su edad
- su nivel cultural
- su experiencia vital previa
- su escolaridad
- su nivel de energías, etc.

Afortunadamente, existen suficientes semejanzas entre ciertos GRUPOS DE PERSONAS como para que podamos realizar actividades educativas EN GRUPO. No debemos olvidar, sin embargo, que aun dentro de un grupo relativamente homogéneo, existen diferencias individuales en la habilidad y en el ritmo del aprendizaje. Debemos tratar de contemplar dichas diferencias en nuestro relacionamiento con los aprendices.

4. El cuarto principio es que LA MENTE HUMANA TIENE UNA LIMITADA CAPACIDAD DE PERCIBIR E INTERPRETAR INFORMACIONES RECIBIDAS EN UN MOMENTO DADO.

¿Qué pasa cuando en una casa se ponen al mismo tiempo en funcionamiento todos los aparatos eléctricos disponibles: cocina, radio, TV, ventiladores, lámparas de luz, aire acondicionado, calentadores de agua, etc.? Lo más probable es que haya una sobrecarga y los fusibles se quemen.

Algo parecido ocurre con la mente humana. Por consiguiente, es necesario presentar un poco de información de cada vez y no toda la información disponible al mismo tiempo.

Así, es mejor tratar en cada reunión un solo asunto central, dedicar un cuartito a un solo tema importante, colocar en un cartel una sola idea, etc. Esto se llama también "principio del aislamiento del mensaje".

5. El quinto principio es que LA CONCENTRACION Y LA MANUTENCION DE LA ATENCION DEL APRENDIZ EN DETERMINADOS ASUNTOS AUMENTAN LA PROBABILIDAD DE SU APRENDIZAJE Y RETENCION.

La atención viene a ser la ventana por donde entra el aprender. Si el aprendiz se distrae, no percibe bien las cosas, no las entiende claramente y no las retiene.

Entonces, corresponde al instructor buscar la manera de despertar la atención y mantenerla o reactivarla de vez en cuando.

Existen diversos recursos para concentrar la atención, sea mediante estímulos visuales, sea mediante estímulos auditivos.

Para compensar el efecto de distracción, por otro lado, existen también los recursos de la REPETICION y la REDUNDANCIA. La repetición consiste en presentar la misma cosa varias veces, como en los anuncios publicitarios. La redundancia es colocar estímulos aparentemente superfluos pero que en realidad apoyan y dan fuerza al asunto que se quiere reiterar. A veces, es repetir lo mismo de diferente manera.

Debemos reconocer, sin embargo, que el mayor secreto de la atención es que el asunto sea relevante, significativo y útil para el aprendiz. (Principio 1).

6. El sexto principio es que el hombre aprende (conoce la realidad) de varias maneras que combina constantemente. Parece que existen tres maneras o caminos por los cuales la persona aprende:

a. De la observación de varias cosas concretas la persona extrae un concepto más abstracto.

Esta manera de aprender se llama INDUCTIVA. Un ejemplo: la persona observa que colocando materia orgánica en el suelo, las plantas crecen mejor. Observa además que colocando ciertas sustancias químicas, las plantas crecen mejor. De varias observaciones como éstas, llega a aprender que LA PLANTA SE ALIMENTA DE SUSTANCIAS QUE PUEDEN AGREGARSE AL SUELO. De ahí nace el concepto, más abstracto y general, de la FERTILIZACIÓN.

b. De conocimiento de una idea general, la persona extrae nuevos conocimientos o ideas más específicas, que no conocía antes.

Esta manera de aprender se llama DEDUCTIVA. Un ejemplo: la persona ya conoce el concepto de "mutación de las especies". Cuando se le dice: "Esta vacuna contra aftosa no está dando buenos resultados porque aparecieron nuevas mutaciones", la persona comprende el mensaje pues de un principio general - la mutación - se extrajo un caso particular, la mutación del virus de aftosa.

c. Del conocimiento de una cosa, la persona llega a conocer otra cosa parecida, o totalmente diferente a la primera.

Esta manera de aprender se llama ANALÓGICA. El aprendizaje ocurre por COMPARACIÓN. Ejemplo: Una persona que ya ha visto vacunar seres humanos contra la viruela aprende fácilmente a vacunar animales contra la fiebre aftosa, porque las dos prácticas son semejantes.

Pero también podría aprender por CONTRASTE, por DIFERENCIAS. Por ejemplo: la persona aprendió que una cierta vacuna se aplica de manera intramuscular. El instructor desea ahora que aprenda a aplicar una vacuna intradérmica. Para dramatizar la diferencia, el instructor usa una ayuda visual que le muestra la DIFERENCIA entre aplicar en el MUSCULO y aplicar en la PIEL.

El ejemplo nos muestra que la comparación o analogía, puede presentar al mismo tiempo similitudes y diferencias. El buen instructor llama la atención del aprendiz a ambas, para aumentar la comprensión y la retención.

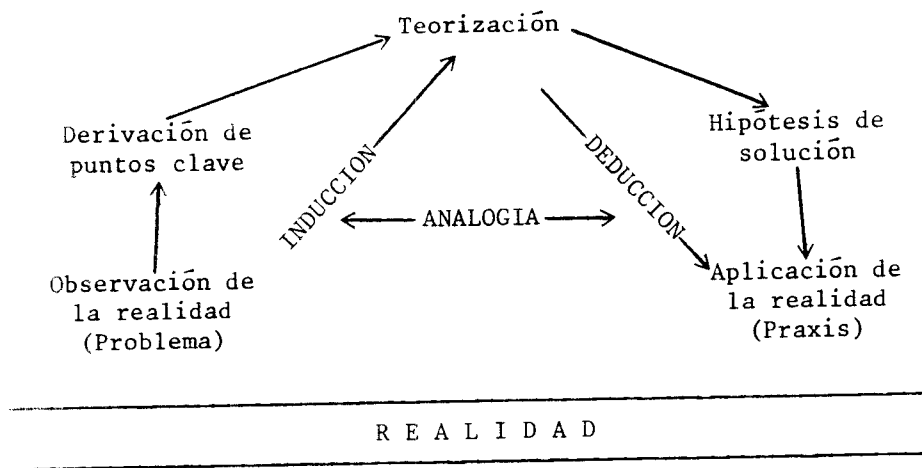
A veces, para enseñar, se usan ejemplos. Otras, se usan anti-ejemplos. Ambos recursos son útiles.

El sexto principio entonces es que LA PERSONA APRENDE UTILIZANDO SIMULTANEAMENTE LOS TRES CAMINOS DEL APRENDIZAJE: INDUCTIVO, DEDUCTIVO Y ANALÓGICO.

Concluimos que el aprendizaje no es un proceso todo ordenado y estructurado, que procede sistemáticamente: A, B, C, ...Z. La persona percibe muchas cosas al mismo tiempo y su pensamiento las relaciona trabajando a una gran velocidad, pasando de la inducción a la deducción, de la inducción a la analogía, otra vez a la deducción, etc.

Entonces, ¿cómo podríamos aprovechar este principio para favorecer el aprendizaje?

Charles Maguerez recomienda seguir una línea pedagógica que, según él, puede favorecer un uso más metódico de los tres caminos. Él llama esta línea de "metodo del arco" y tiene las siguientes fases:



Aquí vemos que inicialmente se exponen los aprendices al METODO INDUCTIVO (observación de la realidad, Puntos Clave). Después, apelan al pensamiento abstracto para que el mismo ilumine y amplíe lo observado empíricamente (Teorización). De ahí en adelante entra a funcionar el METODO DEDUCTIVO buscando las nuevas aplicaciones de lo aprendido.

EL METODO ANALOGICO acompaña tanto la inducción como la deducción.

Ejemplo: supongamos que tenemos una reunión con productores rurales y deseamos enseñarles a IDENTIFICAR LOS SINTOMAS DE LA FIEBRE AFTOSA EN SUS REBAÑOS.

¿Cuál sería el primer paso? Partimos de la etapa Observación de la Realidad. Les pedimos a los presentes que nos digan cuáles son las manifestaciones que ellos acostumbran observar en sus animales. Les presentamos ayudas visuales que ilustran estas manifestaciones. Si es posible, les mostramos animales con y sin aftosa.

Luego pasamos a los Puntos Clave. Les pedimos que nos digan cuáles son los síntomas más importantes, separándolos de los aspectos secundarios. Hasta aquí estamos procediendo INDUCTIVAMENTE.

Entremos ahora a la Teorización. Discutimos con los presentes las BASES TEÓRICAS (científicas) de la sintomatología, las CAUSAS, las diferencias con otras enfermedades, etc. Esta es la etapa en que la persona no sólo CONOCE sino que ENTIENDE el problema. Esto le ayuda a derivar hipótesis de solución (método deductivo) y a comprender mejor las posibles Aplicaciones de lo aprendido. Es decir, le mueven a aceptar racionalmente las SOLUCIONES recomendadas o a proponer nuevas soluciones propias.

El proceso termina con la PRAXIS, es decir, con la PRACTICA Y EL EJERCICIO, ya que de nada sirve SABER alguna cosa si no se SABE APLICAR lo que se sabe.

7. El séptimo principio es que los contenidos que se deben aprender requieren DIVERSAS ESTRUCTURAS DE APRENDIZAJE y cada una tiene sus propias reglas más adecuadas. Así, no es lo mismo aprender $2 + 2 = 4$, que aprender a distinguir los síntomas de la aftosa de los de brucelosis. No es lo mismo aprender cuáles son los tipos de virus de aftosa y sus respectivas vacunas, que cómo conservar la vacuna para que no pierda su acción inmunizadora.

Suele acostumbrarse a distinguir las siguientes estructuras de aprendizaje:

a. Aprendizaje de signos, señales o síntomas

Se trata de que el aprendiz aprenda a asociar una cosa con otra que la indica o representa. Una persona que tiene necesidad de ir al baño en un aeropuerto, por ejemplo, busca ansiosamente un signo que le indique donde se halla el baño masculino.

Un agricultor que ve una mancha amarilla al verso de una hoja de café, detecta la presencia de la Roya del Café, si aprendió a asociarlas. Un veterinario aprende a asociar ciertos síntomas con una determinada enfermedad, etc.

b. Aprendizaje de discriminaciones múltiples

Así como necesitamos aprender a ASOCIAR COSAS ENTRE SI (mancha amarilla con Roya del Café, por ejemplo), necesitamos también aprender a DISTINGUIR o discriminar colores, formas, posiciones, números, pesos, etc. para no confundir unas cosas con otras.

Por ejemplo, necesitamos aprender a distinguir personas, razas de animales, productos comerciales, instrucciones para uso de remedios, tipos de formularios para distintas finalidades, etc.

c. Aprendizaje de conceptos

Se trata de aprender cualidades generales que se aplican a varias cosas concretas. Por ejemplo, el concepto de "virus" es un concepto abstracto que se aplica a muchos tipos de microorganismos. El concepto de "vacunación" se aplica a varios tipos de vacunas. El concepto de "Salud animal" es todavía más abstracto y general.

d. Aprendizaje de principios

Un principio es una relación entre dos o más conceptos. Por ejemplo: "Los gases se expanden cuando son calentados", es un "principio" porque relaciona entre sí los conceptos de gas, expansión y calentamiento. Prácticamente todo lo que podemos afirmar sobre la realidad física o social son principios:

- A es causado por B
- A está asociado con B
- A es parte de B
- A es mayor, igual o menor que B
- A es preferible a B
- y muchas afirmaciones más.

Es importante no confundir el "aprendizaje de un principio" con el "aprendizaje de la frase que lo expresa". A veces enseñamos a la gente principios y creemos que ellos los aprendieron sólo porque son capaces de repetir la frase correspondiente. Ejemplo: "El ganado debe ser vacunado tres veces al año contra la fiebre aftosa". Un ganadero puede conocer y saber repetir este principio pero no comprender realmente su significado y sus alcances.

e. Aprendizaje de procesos secuenciados

Muchas de las operaciones que el hombre debe aprender consisten de pasos o etapas concatenados. Así tenemos las secuencias necesarias para manejar un tractor, aplicar una receta de cocina, practicar inseminación artificial, comprender el ciclo de la Esquistosomosis y otros ciclos biológicos, como el del nitrógeno, etc.

El aprendizaje de secuencias sigue reglas diferentes según se trate de aprender a comprenderlas o a ejecutarlas. Esto es, para entender el proceso de inseminación artificial se puede aprender primero pasos que en su ejecución vienen más tarde, y vice-versa.

Esto ocurre porque conviene aprender primero etapas que explican o determinan las etapas anteriores o posteriores, de modo que el aprendiz entienda lo que está haciendo y no lo ejecute mecánicamente.

f. Aprendizaje de Solución de Problemas

Este es el tipo de aprendizaje más completo y difícil pues envuelve muchos principios y operaciones mentales, desde la definición del problema, la discriminación de sus múltiples dimensiones o factores, la identificación de sus causas, las fundamentaciones para su solución, las alternativas de solución, sus consecuencias, el método de solución mejor, etc.

De ahí que el aprendizaje de solución de problemas sea el método educativo más completo, pues enseña al alumno a PENSAR y a APLICAR su pensamiento a la transformación de la realidad.

8. El octavo principio es que CUANTO MAS ACTIVA ES LA PARTICIPACION DEL APRENDIZ EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE, mayor es la cantidad y sobre todo la CALIDAD del aprender.

Mediante su participación activa, el aprendiz moviliza sus esquemas de asimilación, los aumenta, los ejercita, los aplica. Además, al participar, no solamente sus conocimientos son puestos en acción, sino también sus actitudes y sus habilidades motoras.

En el fondo, lo que se debe procurar es que el aprendiz ASUMA LA RESPONSABILIDAD DE SU PROPIO APRENDIZAJE, lo que no ocurre cuando él simplemente SE DEJA ENSEÑAR por un instructor dominante.

9. El noveno principio es que TODOS LOS SENTIDOS COLABORAN PARA QUE EL APRENDIZAJE SEA VARIADO Y COMPLETO.

¿A qué se debe que el cine y la televisión sean medios tan interesantes y atractivos? A que en ella se combinan estímulos visuales y auditivos. Dentro de lo visual tenemos personas, dibujos, movimiento, colores. Dentro de lo auditivo tenemos palabras, música, sonidos diversos.

La combinación de esta enorme variedad de estímulos no solamente excita intelectualmente y las emociones, sino que permite una percepción más completa de lo transmitido.

De ahí que el comunicador en programas de salud animal debería buscar usar varios medios complementarios, de contenido ameno y variado, para TRATAR EL MISMO TEMA.

10. El décimo principio es que SOLO LA PRACTICA LLEVA EL DOMINIO DE LAS HABILIDADES A LA PERFECCION.

Muchos comunicadores e instructores creen que basta con emitir un mensaje para que el mismo sea comprendido y APLICADO.

Olvidan que una cosa es ENTENDER algo y otra es DOMINAR SU APLICACION PRÁCTICA. Toda acción educativa debe conceder una oportunidad para que el aprendiz REPITA VARIAS VECES la práctica de lo aprendido, hasta hacerlo correctamente y a una velocidad razonable.

en conclusión

Los 10 principios enumerados pueden ser aplicados a cualquier tipo de actividad comunicativo-educativa, esto es, tanto a contactos personales como al uso de medios de comunicación impersonales como radio, televisión, folletos, series de slides, etc.

Ninguno de ellos, sin embargo, reemplaza a las dos características fundamentales del buen comunicador:

1. Sentir un grande y sincero entusiasmo por lo que se comunica, por que se lo considera útil e importante.

2. Sentir un grande y sincero entusiasmo por las personas que reciben el mensaje, por que se las considera inteligentes, valiosas y capaces de realizar todo aquello que deben para conseguir un objetivo humano y socialmente importante.

LA NECESIDAD DE COMUNICACION RURAL EN LOS PROGRAMAS DE SALUD ANIMAL

Juan Díaz Bordenave

El éxito de un programa de salud animal es el producto de una combinación de factores, entre los cuales podemos distinguir los siguientes:

AL NIVEL SOCIAL

a. Clara decisión política del país para elevar significativamente la salud animal, como parte de una firme decisión nacional de aumentar el nivel de salud general de su población.

b. Existencia de una población rural organizada, es decir, de grupos y asociaciones activas cuyo apoyo o rechazo son cruciales para los programas de salud humana y animal.

c. Existencia de una infra-estructura descentralizada y bien coordinada de servicios que permita el acceso de la población a las facilidades (vacunas, instrumentos, asistencia técnica, etc.) necesarias para la ejecución de las medidas recomendadas por el programa de salud.

d. Disponibilidad de medios de comunicación y de agentes personales y de mensajes que lleven a todo el país los contenidos relativos a las medidas que la población debe tomar para aumentar los niveles de salud.

AL NIVEL INDIVIDUAL

a. Clara consciencia de la responsabilidad que cada ciudadano tiene de adoptar las medidas exigidas por el bienestar general de la población, aunque dichas medidas le impliquen sacrificios económicos o de otra índole.

b. Activa participación de las personas en las acciones conducentes a la elevación de los niveles de salud.

c. Conocimientos adecuados sobre las medidas que deben tomarse para conseguir este propósito, en relación a las diversas enfermedades humanas y animales que se presentan en la región.

d. Información precisa sobre los tipos de servicios para adoptar las medidas individuales necesarias a la salud, lo que equivale a decir, acceso y uso intenso de los medios de comunicación por todas las personas afectadas.

El papel de la Comunicación

La lista anterior de algunos de los factores que determinan el éxito de un programa de salud animal nos permite inferir la gran importancia que tiene la comunicación en este tipo de esfuerzo. En efecto, si tomamos como

premisa básica la de que tanto al nivel social como individual, el programa de salud animal exige la toma de un sinnúmero de decisiones, notaremos que toda decisión está basada en:

- Saber qué hacer
- Querer hacer
- Saber hacer
- Poder hacer

y que todos estos ingredientes de la decisión humana necesitan de la comunicación.

Saber qué hacer equivale a decir "tener información adecuada sobre cual es el problema, porqué es importante resolverlo, cuáles son las soluciones alternativas, cuál es la mejor solución, quién puede ayudar a aplicarla, etc".

Este es el campo de las ideas, de los conocimientos, de los datos. Es el campo de la comunicación informativa.

Querer hacer equivale a decir "tener el interés, la motivación y los incentivos adecuados como para adoptar una actitud participante, realizadora, transformadora, y no una actitud pasiva de espectador indiferente, en la solución del problema en cuestión".

Este es el campo de los valores, las actitudes, las emociones, las preferencias, el deseo, el entusiasmo, etc. Es el campo de la comunicación promotora.

Saber hacer equivale a decir "dominar las operaciones y las técnicas necesarias para aplicar los diversos aspectos de la solución más adecuada para el problema". No es lo mismo que "saber qué hacer" pues muchas personas conocen perfectamente lo que debe ser hecho pero no saben cómo hacerlo personalmente.

Este es el campo del aprendizaje práctico, de la instrucción técnica, del dominio operativo. Es el campo de la comunicación instructiva, de la comunicación capacitadora.

Finalmente, poder hacer equivale a decir "poseer la legitimación social y política necesaria, así como los medios pertinentes para poner en ejecución la solución recomendada".

Es cierto que el poder hacer en muchos casos corresponde más al campo de la política y de la administración que al campo de la comunicación propiamente dicha. Sin embargo, la comunicación puede ser convertida también en instrumento de poder cuando se la utiliza con intención reivindicatoria. Así, por ejemplo, un grupo de agricultores que no pueden vacunar sus rebaños por falta de vacunas, a pesar de que ya saben y quieren vacunar y saben como hacerlo, pueden usar la comunicación para reclamar ante las autoridades la deficiencia mencionada. Actúan así como grupo de presión y de reivindicación y para esto la comunicación por la prensa, por la radio, etc. les da poder.

En resumen, para que la gente tome las decisiones inherentes a la ejecución de un programa de salud animal, ella debe estar informada (saber qué hacer y por qué hacerlo), ella debe estar motivada (querer hacer), ella debe estar instruida (saber cómo hacer) y ella debe estar habilitada, es decir, no impedida, para hacer lo que se necesita.

En todos estos aspectos, la comunicación tiene un papel muy importante, pero no debemos tampoco caer en el exceso de atribuirle una omnipotencia que está lejos de poseer, sobre todo en las condiciones que caracterizan nuestro continente, donde existen barreras de diversos tipos para que las decisiones de las personas puedan ser tomadas y ejecutadas.

Lo que deseo decir es que las diferentes situaciones estructurales, es decir, socio-económicas y políticas, en que se encuentren las personas, puede hacer que, o no tengan acceso a la comunicación, o bien la utilicen con efectos diferentes a los desarrollados.

El siguiente ejemplo dejará más claro este concepto.

James Grunig (1) analizó una muestra de 105 minifundistas colombianos y encontró que los mismos podían ser agrupados en seis tipos o categorías:

1. Los campesinos apáticos	15 casos
2. Los campesinos de subsistencia	19
3. Los productores de café no innovadores ..	13
4. Los empresarios frustrados	10
5. Los colonos fronterizos	21
6. Los empresarios	<u>27</u>
	105

Grunig estudió estos grupos según su "situación de decisión", definida como el contexto dentro del cual el individuo funciona o se desempeña. Esta situación está caracterizada por dos aspectos fundamentales:

- La existencia real de oportunidades o alternativas de decisión para la persona.
- La capacidad individual de percibir y resolver los problemas implícitos por la existencia de las alternativas de decisión.

Cruzando estas dos variables, Grunig construyó el siguiente cuadro de tipos de decisión:

		EXISTENCIA REAL DE OPORTUNIDADES	
		Baja	Alta
CAPACIDAD INDIVIDUAL DE PERCIBIR Y RESOLVER PROBLEMAS	Baja	Fatalista	Rutinaria o habitual
	Alta	Restringida o bajo coerción	Solucionadora de problemas

Decisión de tipo fatalista:

Las alternativas no son consideradas porque el individuo percibe que él no puede controlar su destino pues es controlado por fuerzas sobrenaturales u otras fuerzas externas a sí propio. No se realiza búsqueda alguna de información.

Decisión de tipo rutinario o habitual

Se caracteriza por la falta de consideración de cualquier alternativa que no sea la habitual. Trátase de un proceso mental rígido en el cual se dedica muy poco pensamiento al reconocimiento de las alternativas y no existe percepción de que hay un problema. La procura de información es insignificante y cuando la hay es sólo la relativa a la alternativa habitual.

Decisión del tipo restricto o bajo coerción:

Se caracteriza por la existencia de barreras físicas, institucionales o culturales (ignorancia), dentro del sistema, que eliminan todas las alternativas de decisión personal, menos algunas. La búsqueda de información es baja, aunque la información sobre las alternativas posibles no será evitada o rechazada.

Decisión de tipo empresarial o de solución de problemas:

Consiste en el reconocimiento de que existen alternativas, y, por consiguiente, de que existe un problema y de que es posible escoger entre varias soluciones. Existe búsqueda activa de información.

El siguiente cuadro donde aparecen los coeficientes de correlación de cinco tipos de decisión con 12 variables de comunicación, nos muestra como son diferentes los comportamientos comunicacionales de las personas que se encuentran en diferentes contextos o situaciones dentro de la estructura social rural.

Variable de Comunicación	TIPO DE DECISION				
	Solución problemas	Decisión bajo coerción	Hábito ignorante	Hábito rutinario	Fatalismo
Procura de información	.374	-.060	-.139	-.341	-.225
Utilidad percibida de la información	.250	.045	-.039	-.264	-.405
Exposición a diarios	.238	-.139	-.081	-.117	-.157
Exposición a <u>El Campesino</u>	.058	.080	-.075	-.099	-.105
Poseción de radio	.095	-.110	-.029	.010	-.018
Exposición a programas agrícolas de radio	.137	-.081	-.045	-.190	.092
Fuentes autorizadas	.464	-.233	-.284	-.234	-.186
Fuentes comerciales	.149	-.006	-.104	.115	-.123
Vecinos y amigos	.218	-.019	.088	-.323	-.221
Pertinencia de contenido para la situación	.453	-.251	-.311	-.191	-.140
Información sobre mercados	.436	.245	-.174	-.355	-.220
Asistencia técnica con crédito	.450	-.321	-.316	-.191	-.143

¿Qué conclusiones sacamos del examen de este cuadro?

1. Que no podemos considerar nuestro público como homogéneo, monolítico, indiferenciado, sino que debemos conocer perfectamente las diferentes situaciones existenciales en que viven los diversos grupos y que tienen tanta importancia en su acceso y en su uso de la información.

2. Que, una vez conocidas lo mejor posible las características de la situación de cada grupo de público, debemos diseñar estrategias de acción diferentes para cada grupo de público.

Esto es muy serio, pues las estrategias de acción que pueden ser necesarias pueden escapar al ámbito de la comunicación en si misma y exigir medidas de tipo económico y político que amplien el acceso de los grupos más limitados, no sólo a los mensajes comunicativos sino a aspectos todavía más básicos como la propiedad de la tierra, la obtención de mercado y de precios para sus productos, el otorgamiento de crédito, la educación fundamental, el asociativismo, etc.

3. Que la estrategia de comunicación en si tendrá que ser diferente para cada grupo, tomando en cuenta los medios y contenidos que sean adecuados y pertinentes para cada sector, inclusive sustituyendo los medios impersonales de masa por los medios personales de contacto directo cuando el acceso a los medios de masa sea limitado.

4. Que la estrategia de comunicación no puede ser de alcance nacional o aun regional sino lo más local posible, para que los medios y contenidos alcancen suficiente capilaridad de penetración hasta llegar a los grupos más aislados o marginalizados^{1/}.

La participación de la población

Desde hace un tiempo sostengo una hipótesis que puede considerarse intencional pero que continuaré defendiendo hasta que se me pruebe la verdad de lo contrario (2). Ella consiste en creer que si se le concede a la población rural del país crecientes oportunidades de participar responsablemente en el planeamiento y en la ejecución de los programas de salud animal, pocos serán los que tratarán de substraerse a las normas y prácticas recomendadas.

Es cierto que puede argumentarse, con todo realismo, que no siempre son los grupos de decisión más limitada los que, por ejemplo, dejan de vacunar y que lo son en muchos casos los hacendados y agricultores de más alto nivel socio-económico, para los cuales los efectos nocivos de una epidemia son absorbibles dentro del cuadro de lucros que sus establecimientos les producen en todos modos.

Si esta es la situación, entonces la estrategia de acción deberá tomar en cuenta este hecho y proceder de acuerdo al mismo. En estos casos tal vez la estrategia de comunicación deberá orientarse a divulgar el hecho de que las autoridades están conscientes de sus tentativas de burlar la ley y hacer del conocimiento público las graves sanciones que los infractores pueden recibir si persisten en su conducta.

Ya en el año 430 antes de Cristo, Pericles, ciudadano griego, decía lo siguiente:

"Sentimos dentro de nosotros una preocupación constante no solamente por nuestra casa, como también por nuestra ciudad. Aunque estemos dedicados a ocupaciones diferentes, todos nosotros tenemos una opinión propia acerca de los problemas de la ciudad. Todo aquel que no participa en los problemas de la ciudad es considerado, entre nosotros, un mal ciudadano, no un ciudadano silencioso. Somos nosotros los que decidimos los asuntos de la ciudad, o, por lo menos, reflexionamos sobre ellos profundamente. Pues no vemos en la opinión públicamente expresada un peligro para la acción, pero si lo vemos en la ausencia de discusiones anteriores a la ejecución de las obras necesarias".

Ahora bien, es necesario distinguir varios aspectos conceptuales importantes cuando se habla de "participación". Etimológicamente, en efecto, participación puede significar FORMAR PARTE, TENER PARTE y TOMAR PARTE. Ocurre, sin embargo, que cada uno de estos significados se refiere a un grado totalmente diferente de intervención personal, según Tomasetta (3):

FORMAR PARTE se refiere a la situación de pertenencia de un individuo a un grupo.

TENER PARTE se refiere a la posibilidad reconocida o reclamada de cumplir una función en la vida de un grupo o de una comunidad.

TOMAR PARTE se refiere a posibles acciones específicas que la persona puede realizar como parte de un esfuerzo colectivo.

Comenta Tomasetta:

"El primer contexto expresa un status (posición) que puede ser otorgado o adquirido; el segundo, una función, que puede ser activa o pasiva, y el tercero una acción directa".

Cuando mi hipótesis ingenua sostiene que la participación de la población rural en los programas de salud animal asegurará el éxito de los mismos, ¿a cuál de los contextos me estoy refiriendo?

Para explicar ésto, debo hacer una digresión. Es frecuente que los responsables de campañas de salud animal, siguiendo el ejemplo de los extensionistas rurales, traten de organizar comités, comisiones, grupos, locales que colaboren en la campaña, sea: recaudando fondos, convenciendo colegas, o difundiendo material publicitario.

¿Podemos llamar a ésto de participación? ¿Sería ésto "formar parte", "tener parte" o "tomar parte"?

Si recordamos nuestras definiciones de estos contextos, notaremos que la participación de estos comités se reduce apenas al "tomar parte", ^{2/} ya que los miembros de tales comités locales efectúan solamente acciones específicas que les son encomendadas externamente, dentro de un esfuerzo mayor. Ellos no "tienen parte", es decir, no ejercen una función en la vida del grupo o comunidad, ya que fueron organizados de manera instrumental apenas para cumplir una tarea temporal.

Lo que pasa es que en nuestras sociedades, caracterizadas por el centralismo burocrático y la pronunciada estratificación social vertical, estamos acostumbrados a "formar parte" y, ocasionalmente, a "tomar parte", pero no estamos habituados a tener parte, es decir, a tener una participación activa como función nuestra de cada día, en la solución de los problemas de nuestras comunidades.

Entonces, lo que mi hipótesis ingenua propone es que, si los agricultores y ganaderos de nuestros países, se concientizaran profundamente de que ellos tienen una función social propia - y no del Gobierno - en la promoción de la salud animal y humana de sus comunidades, ellos no tratarían de engañar a nadie y se responsabilizarían no sólo del diagnóstico sino también del planeamiento y la ejecución de las acciones de promoción de la salud. Esta es mi hipótesis y así lo declaro.

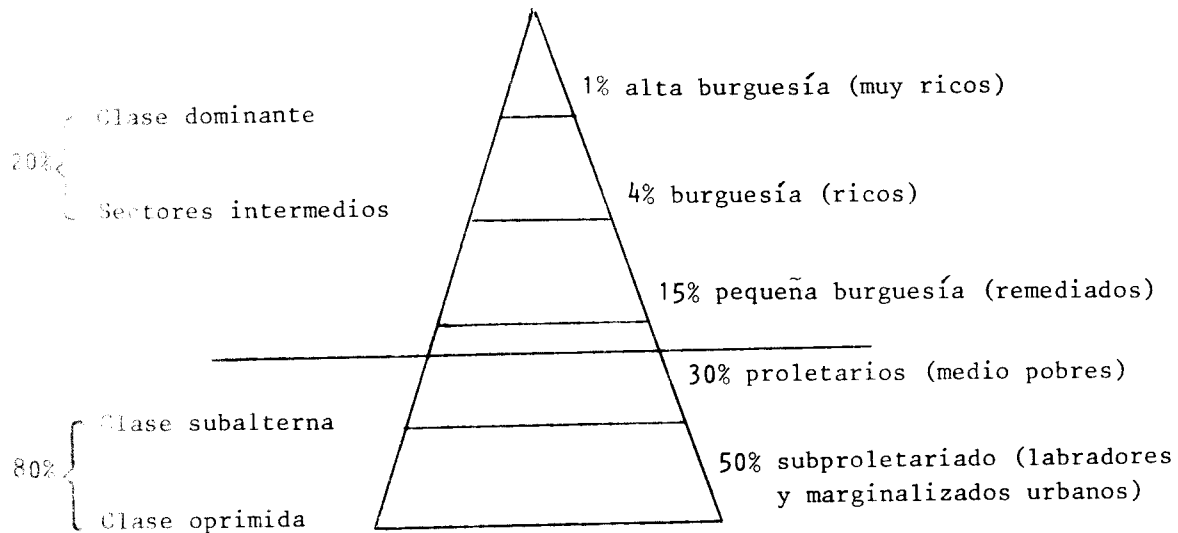
Debo aclarar que mi hipótesis no es tan ingenua como para creer que es fácil implantar las condiciones ideales de participación. Estoy perfectamente consciente de que las condiciones sociológicas de la participación dependen de tres grandes grupos de factores:

1. de la composición y estructura del cuerpo social ^{3/};
2. de la organización y actividad de las asociaciones políticas y sindicales;
3. de los modos de integración y de los valores del sistema social.

En cuanto al "formar parte" es evidente que los miembros de estas comisiones forman parte de la sociedad rural, pero, como ellos, también forman parte de la misma numerosos otros no afectados por la campaña. Formar parte, en otras palabras, es el grado más bajo de participación.

Factores que se fueron cristalizando a través de la historia de nuestros países.

Véase, por ejemplo, como está estratificada la población del Brasil, según K. F. (4).



Segun Tomasetta,

"Cada una de estas tres áreas de condicionamiento determina que la participación del ciudadano en el proceso político quede notablemente restringida, y su TENER PARTE reducido a una función secundaria, inadecuada y ficticia".

Por su parte, Barbano (5) concluye que:

"El problema de la participación no es entonces un problema de la cantidad del TOMAR PARTE, sino un problema de la calidad del TENER PARTE".

Podríamos ahora preguntar, qué tiene que ver todo esto con los programas de salud animal?

Mi posición personal es que los programas de salud animal deben ser cada día menos gubernamentales y cada día más de responsabilidad de los grupos organizados de la población rural. El papel del gobierno debería ser apoyar la existencia de tales grupos organizados, darles condiciones de real participación y suministrarles los medios necesarios para una acción efectiva. Demás está decir que el Gobierno deberá reservarse siempre una función fiscalizadora y evaluadora del desempeño de estos grupos y estar dispuesto a asumir responsabilidad cuando la misma no sea ejercida plenamente por los grupos organizados.

Como utilizar la comunicación

De los párrafos anteriores, se desprende toda una nueva orientación estratégica de la comunicación. Si en el pasado la comunicación era entendida

como el conjunto de mensajes que un organismo oficial encargado de la Salud Animal difundía entre los ganaderos y agricultores instándolos a prevenir las endemias y a combatir las cuando apareciesen, la nueva orientación para el papel de la comunicación sería promover el transpaso de la responsabilidad por la salud animal a los grupos organizados ya existentes y promover la organización de nuevos grupos allí donde no existan. Además, deberá promover la acción efectiva de dichos grupos mediante acciones de asesoría, capacitación, investigación, documentación y evaluación.

Si esto implica en toda una labor previa de fortalecimiento administrativo-técnico-financiero de los grupos, cooperativas, asociaciones de ganaderos, sociedades rurales, etc. para que ellas "tengan parte" real en los programas, la inversión se justifica plenamente, pues el Gobierno eventualmente dejará de necesitar de mantener órganos propios de costos elevados y tendrá sólo los cuerpos técnicos necesarios para apoyar la acción descentralizada de la sociedad.

Ahora bien, para que tengan éxito estas acciones de transferencia de responsabilidad a la acción participatoria de los productores rurales, el programa de comunicación tendrá que ser mucho más complejo y diversificado que en la actualidad. Veamos por ejemplo, algunas acciones que deberían ser puestas en práctica:

1. Concientización de dirigentes

Actualmente la salud animal no llega a afectar, como problema nacional, los niveles de consciencia de la mayoría de los dirigentes de la sociedad: políticos, militares, eclesiásticos, profesores, profesionales liberales, etc. Hace falta toda una estrategia de conscientización especialmente dirigida a este público sofisticado y ocupado, así como materiales informativos de adecuada fundamentación y presentación.

2. Penetración en la formación escolar y profesional

La formación de una consciencia sanitaria, como la formación de una consciencia ecológica de la cual es parte, debe comenzar temprano en la socialización del individuo y continuar durante toda su preparación para la vida y la ocupación. En efecto, pretender convencer a un ingeniero, un médico, o un abogado ya deformados por los currículos alienados que prevalecen hoy en día sobre la necesidad de su participación activa en la promoción de la salud animal, es optimismo ingenuo. Hace falta una revisión curricular de todas las escuelas, colegios y facultades, para que los programas de estudio incluyan una visión ecológica donde salud aparezca como un concepto amplio que incluye no sólo la ausencia de enfermedad sino la buena nutrición, la energía vital, la capacidad productiva, la satisfacción con el trabajo, la conservación de la naturaleza y la distribución equitativa de los bienes de la tierra entre todos.

Por otro lado, es posible que haya que evitar en el futuro una separación conceptual y programática tan grande entre la salud humana, la salud animal y la salud vegetal, llevando más bien a la consciencia de los hombres la integralidad del concepto de salud y mostrando la interrelación estrecha que

existe entre plantas, animales y personas, dentro de los ecosistemas en que todos ellos conviven.

Si este concepto integrador es aceptado, los materiales didácticos hoy utilizados tendrán que ser reformulados, así como su utilización. De la misma manera que las antiguas Campañas de Fiebre Aftosa fueron eventualmente transformadas, por inclusión, en Programas de Salud Animal, los programas de salud animal, vegetal y humana deberían acercarse más y más entre si y coordinar sus mensajes de una manera más integradora. Después de todo, sus públicos son los mismos, sus objetivos muy semejantes y sus problemas casi idénticos.

CONCLUSION

No conozco las estadísticas que demuestran la importancia de defender y aumentar la salud animal. No conozco los hechos que demuestran la gravedad de las consecuencias de abandonar esta defensa. Pero todo me indica que se trata de una causa muy importante por la cual vale la pena luchar.

Lo que me preocupa es que se pretenda, como era tradicional, luchar contra un problema vasto y con ramificaciones orgánicas en todas las entretelas de la sociedad, usando un enfoque mecanicista y simplista de la comunicación, que hacía depender su contribución solamente de la preparación de carteles, películas y folletos. Esto no significa negar la importancia de desarrollar estrategias adecuadas de comunicación como las que describe muy bien Patricia Chain (6).

Pretendí demostrar como el éxito de un programa nacional de salud animal está íntimamente relacionado con los conceptos de decisión y de participación, para lo cual analicé como la comunicación llega o no a las personas según su "situación de decisión" y como la comunicación debe ayudar a que los grupos organizados de la sociedad "tengan parte" en la función social de promover la salud en todos sus aspectos.

En el fondo, debo confesar que lo que hice hoy fue pensar en voz alta, reflexionar como lo haría si estuviese en mi país y me preguntaran como podríamos mejorar los programas de salud animal y el uso de la comunicación dentro de los mismos.

Si con esta reflexión de un lego en salud animal, los especialistas que me escucharon vislumbraron algunas ideas que pueden serles útiles para encontrar el mejor camino, tal vez haya valido la pena el esfuerzo que hicieron para escucharme. Muchas gracias.

BIBLIOGRAFIA

1. GRUNING, James E. - Comunicación y los procesos de decisión económica de los campesinos colombianos. Bogotá, IICA-CIRA, Mimeo. 1969.
2. DIAZ BORDENAVE, Juan - Aspectos políticos e implicaciones políticas de la comunicación participatoria. Quito, CIESPAL, 1978, Mimeo.
3. TOMASETTA, Leonardo - Participación y autogestión. Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1975.
4. BOFF, Clodovis y BOFF, Leonardo - Comunidades cristãs e política partidária. Rio de Janeiro, Encontros com a Civilização Brasileira, Nº 3, Setembro 1978, p. 11-25.
5. BARBANO, F. - Condizioni e forme delle partecipazione. Tempi Moderni, Nº 10, Jul. - Set. 1962.
6. CHAIN, Patricia - Public participation and communications in Latin American disease control programs. Rio de Janeiro, Centro Panamericano de Fiebre Aftosa. Mimeo.

COMUNICACION Y PARTICIPACION PUBLICA EN PROGRAMAS DE SANIDAD ANIMAL

*Patricia Chain, M.S. **

El éxito de un programa de sanidad animal depende en parte de su capacidad de estimular la cooperación y participación de los ganaderos y otros grupos involucrados.

El trabajo de comunicación es identificar medios a través de los cuales se pueda obtener esta participación y cooperación. En este sentido, el especialista en comunicación es un "puente" entre el programa y el público.

Para servir de puente, el comunicador debe enteneder, a través de un análisis objetivo, tanto al programa como al público.

Una vez hecho este análisis sigue la elaboración de una estrategia de comunicación, que involucra el uso de elementos tradicionales, como los medios masivos (radio, televisión y prensa), material escrito (folletos, afiches, volantes, etc.) y reuniones directas con los grupos incluidos en el programa.

Dado los limitados recursos financieros de los programas de sanidad animal, resulta difícil aceptar la producción de materiales sin una finalidad específica o materiales que contienen información ya conocida por el público.

Para evitar este tipo de falla, y para informar realmente al público, hay que desarrollar estrategias de comunicación que son prácticas y orientadas hacia la acción.

Enseguida se presenta una serie de preguntas que pueden servir como guía para la planificación de una estrategia de comunicación. Esta guía básica, con algunas modificaciones, sirve igualmente para un programa de prevención de enfermedades exóticas, para el control de una enfermedad ya establecida en un país o para un programa de erradicación.

El programa

La planificación de una estrategia de comunicación de un programa de sanidad animal, requiere en primer lugar, una comprensión del programa en sí. Puesto que el especialista en comunicación a menudo no es un Veterinario, es importante que él discuta los objetivos del programa y sus metas con los otros técnicos del programa. El epidemiólogo en particular es un colega clave en esta fase preliminar, así como en las fases posteriores operacionales.

El comunicador primero debe responder a cinco preguntas básicas sobre el programa:

* Asesora de la FAO en Comunicación.

- 1º ¿Cuáles son los objetivos específicos? ¿Y cuáles son sus prioridades o secuencia en el tiempo?
- 2º ¿Qué grupos específicos estarán involucrados en el programa? Los grupos específicos pueden incluir, entre otros, ganaderos, grupos afines de comerciantes y procesadores de carne, consumidores, líderes comunitarios, otras agencias gubernamentales relacionadas con el programa, y el personal de campo del mismo servicio veterinario.
- 3º ¿Qué se espera de cada grupo específico para cumplir con estos objetivos específicos? O sea, ¿qué comportamiento o acción final se espera de cada grupo? La respuesta debe ser tan detallada cuanto posible.
- 4º ¿Qué información específica será necesaria para que el grupo haga lo esperado? ¿Cómo puede el ganadero saber si la enfermedad ha afectado su rebaño? ¿a quién debe informar? ¿Qué vacunas necesita? ¿Dónde adquirirlas?
- 5º ¿Está lista y funcionando la infraestructura necesaria para que el grupo haga lo esperado? ¿El programa está en condiciones de proporcionar los productos y servicios claves, como un diagnóstico rápido, una vacuna adecuada o un formulario para movilizar el ganado?

El grupo

Una vez que tenga respuestas a estas preguntas, el comunicador procede al delineamiento de la comunidad (o grupo específico) para completar el análisis. En esta etapa la identificación de las actitudes del grupo es esencial al comunicador, quien debe ser capaz de responder a una serie de preguntas sobre el caso concreto del grupo.

- 6º ¿Cuáles son las características generales del grupo? ¿El nivel educacional general? ¿Acceso a los medios masivos? ¿nivel socio-económico? ¿Importancia de la ganadería en la economía de los establecimientos del área? ¿Existen diferencias significativas entre los grandes y pequeños productores? Esta es una pregunta crítica en América del Sur, donde la situación del pequeño productor en algunos países significa hasta un idioma y una cultura diferente. Si el pequeño productor forma parte del grupo ganadero en consideración, hay que incluir elementos específicos en la estrategia de comunicación que respondería a estas diferencias.
- 7º ¿Cuáles organizaciones funcionan dentro del grupo, que las reúne regularmente? ¿Qué organizaciones formales, tales como cooperativas, asociaciones de productores, afiliaciones religiosas, existen que podrían influenciar el comportamiento del grupo?
- 8º ¿Cuáles son las prácticas normalmente usadas para afrontar este problema específico de Sanidad Animal? ¿Considera el ganadero que es un problema serio? ¿Considera que es un problema?

- 9? ¿Existen otros factores fuera del control del grupo que impedirían que se haga lo esperado? O sea, ¿qué limitaciones estructurales existen dentro del grupo? Esta pregunta es especialmente importante cuando se trata del pequeño ganadero, donde la falta de beneficios a largo plazo es a menudo una insuficiencia institucional más que técnica.

Idealmente se consiguen las respuestas a esta serie de preguntas a través de la investigación sociológica. Sin embargo, este método es costoso y demorado. Un método más factible ha sido de buscar las respuestas en compilaciones estadísticas y a través de discusiones informales con individuos claves que ya están familiarizados con el grupo o con el área de actuación del programa.

La estrategia de comunicación

Teniendo en cuenta las características y la situación del grupo, el comunicador pasa a perfeccionar el enfoque de su análisis a través de la selección de los medios más eficientes para llevar la información necesaria al grupo específico.

- 10? ¿Cuáles son los canales de comunicación - masivos e interpersonales - que están disponibles para llegar al grupo con la información necesaria sobre el programa? ¿Con cuáles medios masivos mantiene contacto regular? ¿Que conjunto de medios (diapositivas, carteles, panfletos, etc.) puede ser usado? ¿Cómo pueden ser incorporadas a las necesidades del programa las reuniones de organizaciones formales?
- 11? ¿Cuáles de estos canales están mejor adaptados para la etapa motivacional de la estrategia? Tradicionalmente en esta etapa se han usado los medios masivos más efectivamente.
- 12? ¿Cuál es el contenido que mejor motiva al grupo? Encontramos en Brasil, por ejemplo, durante un proyecto de campo que la mejor forma de asegurar la asistencia del ganadero a las reuniones era la de anunciar en el programa vespertino más popular de la radio local ("crepúsculo en el llano") que serían presentados "cortes" del video-tape del juego final de la Copa Mundial de Fútbol de 1970 después de la reunión. Hay que recordar que este "truque" fue un esfuerzo para apoyar un programa que ya tenía 8 años de actuación en el área, y no fue la fase introductoria de un programa.
- Se fuera el caso de la introducción de un nuevo programa, sería necesario identificar una motivación más específicamente relacionada con la enfermedad. Vale la pena recordar aquí que el aspecto más llamativo del programa para los administradores no necesariamente lo es para el grupo de clientes.
- 13? ¿Cuáles de estos canales masivos e interpersonales serían más eficaces para informar e instruir al grupo sobre el programa? En esta etapa una combinación de canales a menudo funciona mejor. Para

asegurar la eficacia de los canales interpersonales, los cuales más frecuentemente implican la participación del veterinario local y de otro personal del programa, es importante verificar su preparación para esta tarea.

- ¿Están familiarizados con el material audiovisual preparado?
- ¿Están familiarizados con su uso?
- ¿Han recibido orientación para su papel de especialistas en los contactos directos con el público sea en grupos o en situaciones persona a persona?

149. ¿Cuáles mensajes (o contenido) serán seleccionados para estas dos fases de acuerdo con los canales seleccionados? Es en esta etapa que la información específica necesaria (pregunta 4) se estructurará en términos comprensibles para el grupo. Se presenta una variedad casi infinita de formatos y canales para escoger, pero la elección y la combinación del contenido, formato y distribución dependerán del grupo y de la situación definidos en el análisis previo. Una vez preparado el material, una prueba hecha de manera sencilla e informal a menudo evitará una futura revisión más costosa. ¿Son los términos usados comprensibles por el ganadero? ¿Puede él identificarse con los programas, tipo de ropa y ambiente usado en los visuales? ¿Es capaz de identificar correctamente las acciones y los elementos de las fotos y dibujos?

150. ¿Cuáles de los canales serían más adecuados para la tarea consultiva? Esto es, ¿cuáles canales permitirían mejor un diálogo sistemático entre los administradores del programa y del grupo? Lógicamente, el Veterinario local jugará un papel clave en esta etapa. Es vital su capacidad para escuchar auténticamente lo que los grupos de clientes tienen a decir. También son importantes:

- la receptividad de los administradores del programa para este tipo de información de campo y
- la flexibilidad del programa que permita decisiones tácticas o reajustes basados en esta "retroalimentación".

160. ¿Cuáles son los mecanismos que existen dentro del programa que podrían ser usados para indicar la efectividad de la campaña de información en estimular el comportamiento esperado? Si no existe ninguno, ¿qué otros medios informales de evaluación existen? En general, no hay ninguna técnica o ningún medio de comunicación por sí solo que llenará todas las necesidades de todas las situaciones posibles. Cada programa y cada región, área o país en el cual será aplicado, presenta un conjunto único de circunstancias que debe ser considerado o incorporado en la estrategia de comunicación.

En resumen, el aporte que trae la comunicación a un programa de salud animal es apenas un elemento dentro del contexto total del programa. La comunicación puede mejorar las posibilidades de éxito de un buen programa, estimulando el cumplimiento voluntario de las medidas de sanidad, comprensibles y aceptables tanto para los administradores como para la comunidad ganadera.