

Un caso de aplicación de televisión de circuito abierto para la capacitación rural

Julio González Heredia

1. Introducción

La creación de la estación televisiva XHGV-TV Canal 4+ de Veracruz, como una emisora de carácter cultural-educativo y no comercial, propiedad del gobierno del estado de Veracruz, marca un punto de partida hacia la regionalización de la información en esta entidad. Creado como un medio para frenar la pérdida de los valores culturales y la deformación en los hábitos de consumo que fomenta la televisión y demás medios mercantilistas, el canal 4+ de Veracruz contempla como parte fundamental de su teleauditorio a la población rural de la entidad.

El objetivo de este documento es dar a conocer una particular experiencia de esta Institución en el uso de la televisión con fines de capacitación en el medio rural. Experiencia que de ningún modo constituye una investigación en metodología de aplicación de medios masivos, sino un intento de acercamiento a un posible modelo de capacitación e información para comunidades rurales mediante el uso específico del sistema abierto de televisión.

Para comprender mejor la coyuntura en que se desarrolló la presente experiencia, conviene destacar que el tiempo del que se dispuso para investigar e implementar el proyecto de capacitación para su posterior realización y difusión fue de tan sólo dos meses.

2. Antecedentes

El uso de medios masivos de comunicación para apoyar procesos de educación no formal en las zonas rurales de los países subdesarrollados se ha caracterizado, la más de las veces, por una restricción en su aplicación que obedece —entre otros factores— a los intereses

creados y a los altos costos de las instalaciones y equipos necesarios para su difusión.

Por sus características inherentes, la televisión ha sido al mismo tiempo el medio masivo más restringido y el que mayores posibilidades ofrece para la capacitación en el medio rural.

La experiencia que otros países han tenido en esta materia ha dado como resultado grandes aciertos por un lado, y por el otro, serios fracasos debido a una inadecuada interpretación del contexto social que viven los destinatarios de los programas de desarrollo rural.

Para ilustrar lo anterior baste con mencionar algunos ejemplos de uso de la televisión con fines de educación no formal en el campo.

En el plano internacional tenemos el caso de Perú, país en el que se inició en 1969 un proceso de Reforma Agraria que dotó de tierras a un número elevado de campesinos que eran jornaleros. Así pues, se hacía necesario capacitar a estos nuevos terratenientes en la producción y gestión de sus empresas cooperativas.

Este proyecto basado en la utilización de la televisión, arrojó resultados positivos gracias a la importante participación de los receptores en la selección y desarrollo de la temática a recibir, y a una constante evaluación de la aplicabilidad de los conocimientos impartidos.

Una experiencia similar se registró en la India al servirse de la televisión para realizar un programa de desarrollo rural destinado a más de 60 poblaciones cercanas a la capital. Los resultados obtenidos en este proyecto no fueron satisfactorios debido, entre otras cosas, a una insuficiente credibilidad de los receptores hacia el cúmulo de mensajes recibidos y a un bajo nivel de adaptación al lenguaje y formato televisivo registrado por los destinatarios. Una errónea concepción de la realidad social existente en áreas rurales provocó rechazo en los campesinos al encontrar ajena la problemática contenida en las emisiones.

En nuestro país se han hecho algunos intentos esporádicos por darle a la televisión un papel de medio colectivo de capacitación en zonas rurales.

Tal vez uno de los casos más representativos sea precisamente el del Centro Nacional de Productividad de México (CeNaPro-ARMO). Este organismo elaboró en 1970 un proyecto de capacitación destinado a los usuarios del Distrito de Riego número 85 en el municipio de Celaya, Guanajuato. El producto final consistente en dos programas semanales de televisión transmitidos por una emisora de la ciudad de Querétaro alcanzó los objetivos que se había propuesto.

Una de las conclusiones importantes a las que se llegaron en esta experiencia fue el establecer posibilidades efectivas de capacitación y desarrollo rural mediante el uso de la televisión en México.

Quizá la experiencia más reciente en este campo la tenga Televisión Rural de México (TRM)* quien en coordinación con la Dirección General de Información y Relaciones Públicas de la SARH puso en marcha en octubre de 1979 el programa de televisión "Panorama Agropecuario" dirigido al sector agropecuario de todo el país.

*En la fecha en que se realizó la presente investigación, este sistema se denominaba Televisión Rural de México (TRM); en la actualidad se llama Televisión de la República Mexicana.

3. Objetivos

3.1. *Generales*

El objeto fundamental de este proyecto es buscar el mejoramiento de la situación socioeconómica de los productores rurales del estado por medio de la transferencia de información útil y adecuada de las diversas necesidades que se les presentan.

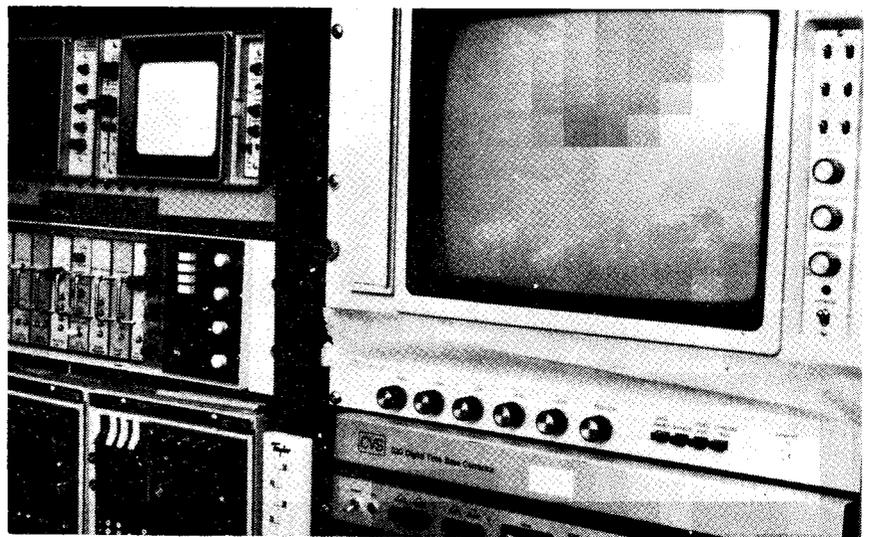
3.2. *Específicos*

- a) Coadyuvar a la realización de los lineamientos del Sistema Alimentario Mexicano en la región.
- b) Fomentar la interrelación entre los productores rurales por medio de entrevistas y reportajes en los que ellos mismos señalen sus problemas de producción.

4. Justificación de la Experiencia

Es de todos conocida la crisis actual que sufre el país en materia alimenticia. La dinámica observada en la producción nacional de alimentos ha quedado rezagada —por múltiples causas— en relación con la creciente demanda que representa el acelerado ritmo de crecimiento de la población en los últimos años.

Ante este fenómeno económico y social se hace necesaria la participación de todos los sectores para tomar medidas tendientes a la búsqueda de un objetivo común: incrementar la productividad y el bienestar social en el medio rural. Consciente del potencial agropecuario con que cuenta y de la insuficiente asistencia técnica que impide la modernización de obsoletas técnicas de cultivo, el gobierno del estado de Veracruz decide poner en marcha un programa de TV para capacitar y organizar a los productores rurales.



5. Marco de Referencia

5.1. *Ubicación de la Experiencia*

El estado de Veracruz, con una extensión territorial de 72,815 Km² equivalentes al 3.7% del total nacional, está clavado en cinco provincias fisiográficas: la Llanura Costera del Golfo, Sierra Madre Oriental, Eje Neovolcánico, Sierra Madre del Sur y Altos de Chiapas-Guatemala. Está considerado como una de las entidades más pobladas del País, ya que sólo es superada por el Distrito Federal y por el Estado de México. La densidad demográfica es de 70 habitantes por Km² y su población total es de 5 millones doscientos mil habitantes, de los cuales el 51% habita en zonas rurales.

La agricultura se considera como la actividad de mayor importancia en el panorama económico de la entidad y es susceptible de desarrollarse en la cuarta parte de la extensión geográfica. Cerca de un 95% de la superficie cultivable corresponde a zonas de temporal, lo que provoca un uso parcial de las potencialidades agrícolas.

Otra actividad productiva de gran importancia es la ganadería, a la cual el estado ofrece condiciones propicias de desarrollo. Por su riqueza ganadera, Veracruz ocupa el primer lugar nacional en producción de bovinos y ha sido el principal abastecedor de ganado para el Distrito Federal.

El área de influencia de la presente experiencia de capacitación está enmarcada por la cobertura misma de la estación televisora. El radio de acción del Canal 4+ parte de Xalapa, la capital del estado, y cubre un total de 114 municipios de la zona central y parte de la zona norte del estado. En esta área se encuentra asentado el 60% de la población total.

5.1.1. *Características del Destinatario*

Los diversos intentos de investigación que se han efectuado en cuanto a una caracterización de un receptor "tipo" indican lo utópico de éste debido a la coexistencia de una enorme variedad de formas socioeconómicas que rigen distintos grados de desarrollo o de integración con la economía nacional. Por lo tanto, no es materia de esta ponencia caracterizar a un receptor ideal de los discursos televisivos, sino simplemente lograr un acercamiento para conocer las condiciones socioeconómicas y culturales del receptor susceptible de ser realmente apoyado en su lucha por alcanzar mejores niveles de bienestar social.

El receptor candidato más viable para ser apoyado resultó ser el ejidatario, ya que integra el grupo mayoritario en la zona de influencia y el que mayores necesidades de información tiene para la producción y gestión de sus empresas. Se hace notar que en la zona central del estado de Veracruz coexisten también comuneros y pequeños propietarios. Sin embargo, estos sectores no tienen las mismas condiciones socioeconómicas ni los mismos requerimientos de información.

A falta de un estudio previo que mostrara estadísticamente las características de los ejidatarios en esta región, se recurrió a la consulta de investigaciones efectuadas por otras instituciones en el terreno.

Para la elaboración de este proyecto se tomó en cuenta una investigación realizada por Yolanda Sosa Martínez en el área de influencia (Zona Central del Estado) del Campo Agrícola Experimental Cotaxtla-INIA.¹

Este estudio, aun con las limitaciones que representa el enfoque específico a la radio, es de utilidad en cuanto a que contiene indicadores estadísticos que se pueden interpretar.

5.1.2. *Necesidades de Información*

Sosa Martínez (1978) en la investigación realizada sobre los efectos de la radiodifusión en los ejidatarios de la zona central del estado de Veracruz, encontró que la exposición a la radio era de un 100% ; la exposición a programas agropecuarios era de 70% y finalmente, entre las necesidades de información expresadas por los ejidatarios destacan las que están relacionadas directa o indirectamente con actividades agropecuarias. Estas se traducen en los siguientes indicadores:

- a) Para conocer los adelantos en la rama agropecuaria (71.8%)
- b) Para aplicar las recomendaciones técnicas (17.7%)
- c) Para conocer los precios oficiales de los productos del campo (6.3%)
- d) Para conocer la disponibilidad de crédito agrícola (4.2%)

Siguiendo con los datos estadísticos de la fuente consultada, tenemos que en cuanto al tratamiento del programa, un 61.5% de los



¹ Sosa Martínez, Yolanda; *La Radiodifusión y los Ejidatarios de la Zona Central del Estado de Veracruz*. INIA, México 1979, folleto de investigación número 59.

entrevistados manifestó el deseo de escuchar un programa a dos voces, una femenina y una masculina; el 13.5% prefirió una dramatización en la emisión, y el 12.5% optó por escuchar una sola voz.

Por último, se han considerado interesantes una serie de indicadores para ubicar las necesidades de información de los receptores que son los siguientes.

De siete cultivos citados por los ejidatarios para obtener información, se destacan el maíz y frijol que son cultivos característicos en la zona centro de Veracruz tanto por la superficie sembrada como por su producción.

Los otros cultivos mencionados son: arroz, jitomate, chile, papayo y caña de azúcar.

Un 65% de los ejidatarios que requerían información sobre el maíz opinaron que les interesaba conocer los siguientes aspectos, por orden de importancia: métodos de siembra, plagas y su control, y época de siembra.

Todos estos indicadores demuestran necesidades específicas de información que aunadas a una insuficiente asistencia técnica al sector agropecuario dan como resultado una supuesta interpretación de la problemática y de los requerimientos inmediatos de la población meta.

Es posible que las características señaladas no sean las más representativas en los destinatarios de la experiencia debido a una cobertura geográfica mayor en la estación televisora que la delimitada en la investigación consultada. Cabe entonces aclarar que se tomaron las precauciones metodológicas necesarias.

5.2. *Duración de la Experiencia*

Destaca el hecho de que la experiencia llevada a cabo no contenía una duración determinada, sino que pretendía abrir un espacio dentro de la programación del canal 4+ destinada indefinidamente a la difusión de mensajes al sector rural.

6. Marco Teórico

Como ya se mencionó en los antecedentes de esta experiencia, son muchos los intentos que se han hecho —independientemente de sus resultados— para capacitar a los habitantes de las zonas rurales mediante el uso de la televisión.

Actualmente en el medio televisivo, la relación entre quien transmite y quien recibe ha estado determinada unidireccionalmente desde la posición de transmisor. Es el emisor quien determina los temas, los contenidos y las formas de programación de acuerdo con su propia cultura, sus propios gustos y sus propias necesidades.

Ante esta situación surgen necesidades en el sentido de crear mecanismos que logren captar y fomentar la potencial capacidad creativa del receptor a partir de su particular visión del universo, estableciéndose de esta manera un vínculo entre su cultura y la cultura urbana.

En el caso específico de nuestra experiencia, se trataba de estructurar un programa que además de contener elementos de capacitación, permitiera al público una asimilación adecuada de los mensajes sin provocar actitudes de rechazo. Conviene destacar que este auditorio no había recibido anteriormente mensajes agropecuarios específicos por medio de la televisión.²

6.1. Modelo del Programa

Para la implementación del posible modelo del programa de capacitación rural se tuvo siempre en cuenta una serie de factores que había que considerar, como son:

- a) El tipo de lenguaje a utilizar tenía que observar ciertas características, como ser llano, casual y preciso, evitando en lo posible el manejo de tecnicismos.
- b) La conducción correría a cargo de dos locutores: uno de sexo femenino y el otro masculino. La inclusión de la locutora obedece a que es susceptible de convertirse en influyente agente de cambio entre el sector femenino de los destinatarios.
- c) El horario y duración del programa se determinó basándose en un estudio de hora y tiempo de exposición a la TV realizado por la SARH en esta región. La hora en que se transmitiría sería a las 19:00 horas teniendo una duración de media hora. Lo anterior obedece a que el ejidatario termina usualmente sus jornadas al atardecer para retirarse a su casa a descansar, momento propicio para hacerle llegar los mensajes antes de que la televisión comercial comience su programación fuerte (triple A), con la cual es difícil competir.
- d) En cuanto a escenografías del estudio, ésta debería tener características sobrias, sin excesos de lujo ni materiales sintéticos, por lo que fueron elegidos la madera barnizada y el yute.

Una vez considerados estos factores se procedió a la selección del género en el que se ubicaría el programa. Se encontró que el género noticioso era el adecuado en virtud de ser la forma más práctica de tocar varios temas sin necesidad de tener un tiempo demasiado rígido. Con esto, cualquier información disponible y que se considere necesario difundir puede ser insertada en el programa sin desequilibrar el contenido de éste.

Se diseñó, entonces, una serie de apartados específicos para levantar la estructura del programa.

² El programa de televisión "Panorama Agropecuario" empezó a captarse en la región a partir del mes de agosto de 1980.

6.1.1. Estructura

- 1) *Presentación:* En esta primera parte se daría un breve avance del contenido del programa así como de las indicaciones que se consideren pertinentes.
- 2) *Noticias de Interés Agropecuario:* En esta sección tendrían cabida todas aquellas informaciones que, relacionadas con el sector agropecuario, pudieran ser de utilidad para actualizar a los destinatarios respecto de las políticas de organización y producción de ese sector.
- 3) *Reportajes en el Campo:* Es importante para una mayor aceptación en el auditorio, ofrecer ambientes atractivos que motiven la atención y el interés de los destinatarios y que disminuyan las características "frías" que la televisión ha demostrado como medio masivo. Esta es la finalidad de los reportajes en exteriores en los cuales los destinatarios puedan, en un momento determinado, sentirse identificados.

La temática de esta sección es entrevistar a productores rurales que expresen sus experiencias, ya sea en casos de prosperidad revelando su esfuerzo o, en caso contrario, señalando sus propios problemas de producción. Las entrevistas tendrían una duración promedio de 2 a 4 minutos.

- 4) *Cápsulas Agropecuarias:* Todas las recomendaciones técnicas y consejos prácticos que se refieran a métodos de siembra, uso de insumos, control de plagas y enfermedades, el manejo del ganado, etc., pueden ser incluidas en este apartado.
- 5) *Sección Económica:* Este bloque tendría como función orientar al agricultor o ganadero en los aspectos de comer-



cialización, formas de adquisición de insumos, precios de garantía, trámites para obtención de créditos de avío o del seguro agrícola, etcétera.

- 6) *Orientación Doméstica*: El sector femenino de la población rural es determinante en los niveles de bienestar social. Por ello, las mujeres están consideradas también en la temática del programa.

En este inciso se pretende orientar a las amas de casa en comunidades rurales sobre la necesidad de tener una dieta mínima adecuada al alcance de sus posibilidades. Se busca ubicar a estas familias en un contexto socioeconómico más apegado a su realidad que la inculcada por los esquemas estereotipados de los medios de comunicación masiva al servicio de corporaciones transnacionales la cual deforma, entre otras cosas, los gustos en el consumo de los receptores.

Esta sección correría a cargo del locutor de sexo femenino y tendría una duración aproximada de 3 minutos.

- 7) *Pronóstico del Tiempo*: Este espacio tiene la finalidad de dotar a los productores rurales de la información meteorológica necesaria para el buen desarrollo de sus cultivos. Se cuenta con la participación del Centro de Previsión del Golfo de México y de la estación rastreadora de satélites meteorológicos del gobierno del estado para informar oportunamente de los cambios climatológicos. Este pronóstico se desglosará por los distritos de temporal --ocho en total-- existentes en la entidad. Se dispone de un minuto para esta información.
- 8) *Sección de Entretenimiento*: Conscientes de la densidad y rigidez que representará el cúmulo de mensajes emitidos, se ha dispuesto de un espacio de entretenimiento que actuará a manera de "colchón" o tiempo de descanso para el público televidente. En esta sección se contemplaría la participación desde un intérprete o grupo musical de temática campesina regional hasta la inclusión de un caricaturista o personaje anecdótico de la región.
- 9) *Buzón del Programa*: El objetivo de este apartado es el de establecer un contacto con los receptores por medio de la correspondencia. Hay la posibilidad de apoyarse en esta retroalimentación para modificar, sobre la marcha, la estructura del programa con el fin de optimizar los recursos.

7. Descripción de la Experiencia

Con la estructura anterior se procedió a contactar y organizar las instituciones que pudieran participar en el proyecto mediante la aportación de información especializada.

Así pues se logró comprometer a una serie de dependencias como la representación en el estado de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, la Dirección General de Ganadería del Estado, la Comisión Nacional de Fruticultura (CONAFRUT), el Centro de Investigaciones Agrícolas del Golfo Centro (CIAGOC), la Aseguradora Nacional Agrícola y Ganadera, S. A. (ANAGSA), el Banco de Crédito Rural del Golfo (BANCRUGO), la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), la Comisión Nacional de la Industria Azucarera (CNIA), la Liga de Comunidades Agrarias del Estado (CNC) y el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), entre otras.

Contando con la participación de estos organismos y con las instalaciones técnicas y equipo de producción del Canal 4+ de televisión, se procedió a la etapa de realización y difusión del programa de orientación y capacitación agropecuaria.

Así, el 7 de febrero de 1980 se inició el programa de televisión "Veracruz Agropecuario", transmitiéndose en vivo todos los jueves de las 19:00 a 19:30 horas por el canal antes mencionado.

Aclaremos que la periodicidad pretendida desde un principio para este programa era de carácter diario, pasando de lunes a viernes. Se optó por programar esta meta en varias etapas, debido a los obstáculos y dificultades —llámense políticas o burocráticas— que representa organizar a una serie de instituciones gubernamentales en torno a un objetivo común.

Posteriormente, en el mes de marzo, arrancó una segunda etapa del programa consistente en una emisión más a la semana; resultando el día martes el seleccionado para este fin.

Por último, a partir del 9 de junio, el programa "Veracruz Agropecuario" se empezó a transmitir diariamente de lunes a viernes a la hora acostumbrada.

Una de las normas que se ha tenido presente en esta experiencia ha sido apoyar visualmente la información contenida en los mensajes.

Esta medida, además de cumplir las funciones de reforzamiento de los discursos, representa un importante factor que permite atraer la atención e interés del teleauditorio.



La inclusión de cortes promocionales no comerciales a lo largo del programa —en contra de la costumbre del canal 4+— obedece a una adecuación metodológica del proyecto en la formación tradicional de hábitos de consumo de medios masivos que el receptor ha adquirido a través de una exposición sistemática a éstos.

8. Resultados Obtenidos

A través de las 139 emisiones al aire que se han difundido durante ocho meses y medio de transmisiones ininterrumpidas, se ha recibido una respuesta inesperada del teleauditorio.

La llegada de más de 160 cartas provenientes de la mayoría de los municipios expuestos a la señal y que en un 90% corresponden realmente a población rural, ha permitido conocer que el radio de acción del canal va más allá de lo previsto inicialmente. Se ha recibido correspondencia de numerosas poblaciones de los estados de Oaxaca, Puebla e incluso de Tlaxcala, en las cuales los productores rurales están monitoreando la señal y manifestando opiniones altamente positivas acerca de los contenidos del programa en una proporción equivalente a la que ha manifestado el auditorio estatal.

Siguiendo con los resultados inesperados, un importante sector del teleauditorio —dado el número de cartas recibidas— lo constituye la población rural estudiantil. Los estudiantes de centros o escuelas técnicas agropecuarias manifestaron que el programa es de utilidad por el apoyo que les ofrece para la complementación de los conocimientos adquiridos en los planteles.

Por otro lado, los reportes telefónicos que estaban contemplados en la sección de correspondencia se descartaron debido a que por este medio se estaba recibiendo respuesta de un tipo de receptor propiamente urbano. A partir de entonces sólo se proporcionó el apartado postal del programa.

Indicadores como los anteriores han hecho suponer que el modelo de programa implementado —o parte de él— está siendo bien aceptado entre los productores rurales de la región.

9. Conclusiones

Con el uso cada vez más frecuente de la televisión con propósitos de capacitación, se impone una desmitificación paulatina de este medio masivo.

La televisión se ha caracterizado a través de su desarrollo como una fuente "creadora de símbolos y mitos, otorga status y popularidad, transforma viejos valores e introduce nuevos alterando el mundo simbólico de los receptores".*

Por otro lado, la posibilidad de la televisión para capacitar en áreas rurales está sujeta a horarios específicos de transmisión.

Una adecuación del modelo de programa al código televisivo que maneja el receptor, producto de una larga exposición a los medios masivos comerciales, es recomendable para una mayor penetración.

*Gerbner, George: *Technology, Society and Symbols: the Need for Cultural Indicators*. Univ. of Pennsylvania, 1972.

Este tipo de adecuación debe considerar el fuerte arraigo de la población rural por la música vernácula y la costumbre de recibir cortes en la programación, destinados a mensajes comerciales.

Por último, se considera primordial —para llevar hasta sus últimas consecuencias los lineamientos del Sistema Alimentario Mexicano— ubicar dentro de una política nacional de capacitación a los futuros proyectos de utilización de medios masivos para la capacitación rural.

10. Recomendaciones

Con base en la experiencia que proporcionó la realización de este proyecto de capacitación y educación no formal para sectores rurales mediante el uso específico de la televisión, se pueden desprender algunas recomendaciones importantes:

Es posible la utilización del sistema abierto de televisión para apoyar proyectos de capacitación rural. Sin embargo, esta posibilidad está dada bajo ciertos condicionantes. Uno de ellos y, tal vez el más importante, es el proceso de regionalización al que se debe someter el proyecto para una optimización de los resultados. Esto es, mientras menor sea el área de influencia que pretenda abarcar un proyecto, mayores posibilidades tendrá de interpretar en forma adecuada las necesidades reales y específicas de capacitación de los destinatarios.

El pretender darle a un proyecto de esta especie una cobertura nacional conllevaría a tener que considerar un número importante de factores que impedirían satisfacer —a corto plazo— las necesidades específicas de información de cada región.

Otro de los condicionantes del empleo de la televisión de circuito abierto para capacitar en el campo, consiste en la escasa disponibilidad de recursos humanos capacitados en la materia, así como también la enorme dificultad que existe para la formación de grupos o equipos interdisciplinarios que colaboren en las tareas.

Lo anterior se debe a una falta de motivación causada, posiblemente, por una serie de prejuicios sociales que han prevalecido inexplicablemente en nuestro contexto y que consideran la problemática rural como un lugar lejano, inhóspito y aplazable.

Por otro lado, una de las formas más eficaces tendientes a la desmitificación de la televisión consiste en mostrar los artificios técnicos o los trucos de que se vale la televisión para constituirse en una realidad. Cabe mencionar que lo anterior se puso en práctica durante la emisión número 100 del programa, en la cual se destinó gran parte del tiempo a un recorrido por las instalaciones técnicas del canal 4+ describiendo las funciones que desempeña el equipo de producción. La correspondencia recabada en los días posteriores se incrementó considerablemente registrándose algunos casos de campesinos deseosos de visitar el estudio durante el programa.

Para finalizar, se recomienda el establecimiento de núcleos regionales de producción televisiva dispuestos estratégicamente en diversos puntos del territorio nacional con el fin de lograr objetivos concretos y específicos en materia de capacitación del sector rural de la población.