

EN TORNO A LOS METODOS DE EXTENSION

Los conceptos que identifican las tareas de los Servicios de Extensión han sido asumidos por todos los países que tienen dichos servicios y han sido refrendados asimismo por organismos internacionales de tanta categoría como la CEE, la OCDE, la OEA o la FAO. No obstante, en cada país tienen características propias que son consecuencia de la estructura social, la organización política y administrativa, las posibilidades de la agricultura o el sistema económico. El denominador común más peculiar de todos ellos es su matiz formativo orientado a la educación permanente, basada en el análisis y solución de los problemas que afectan a los agricultores, sus familias y las comunidades, en el quehacer cotidiano. Según H. C. Ramsower, el estilo educativo de los Servicios de Extensión es el propio de la educación extraescolar de adultos y tiene, por tanto, su metodología específica.

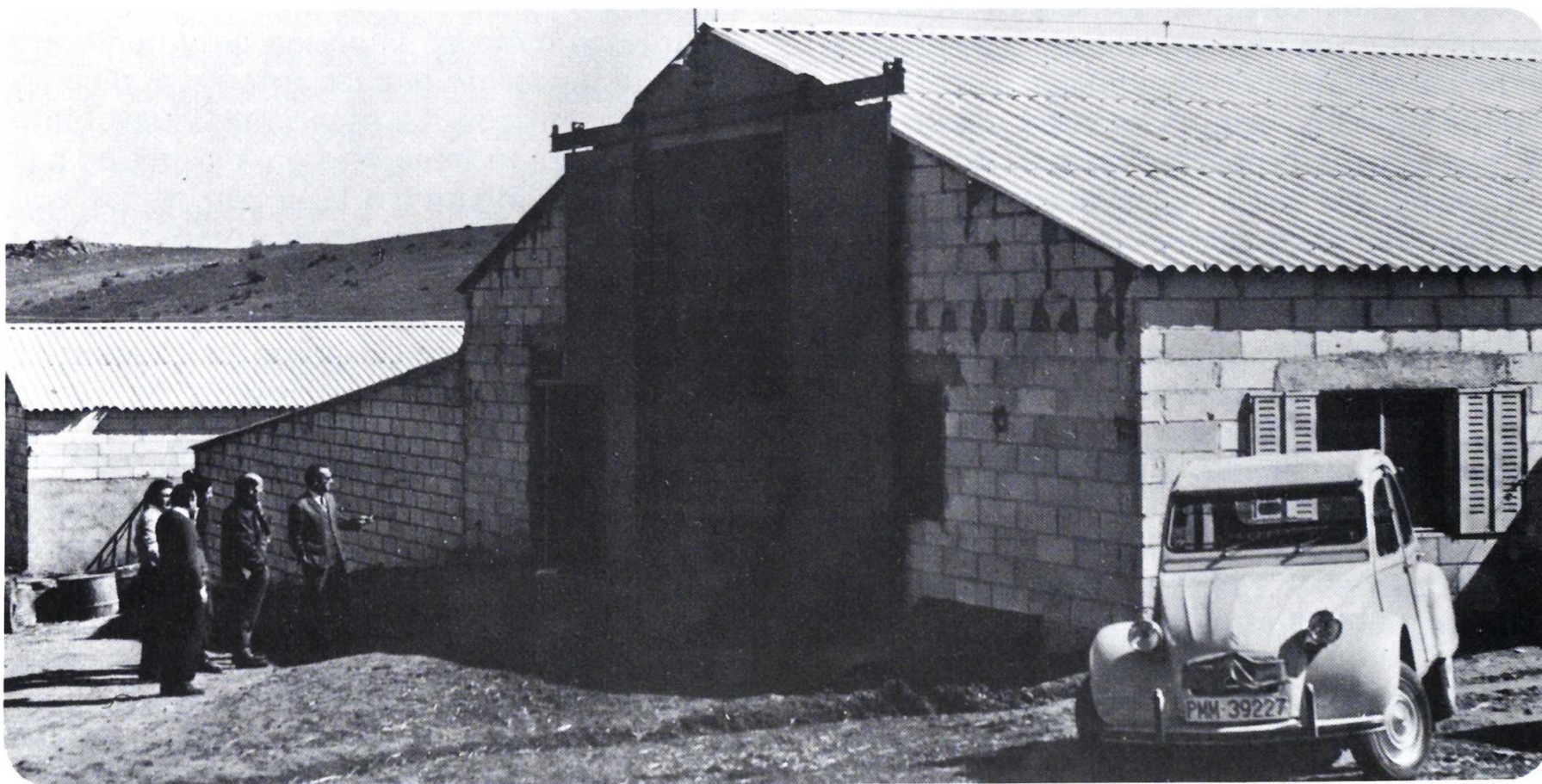
Los métodos de extensión se singularizan por ser métodos de pedagogía activa mediante los que se logra la común participación de las ideas y conceptos que constituyen el objeto de la comunicación. Porque los métodos de

extensión están apoyados constantemente en el proceso dinámico de la comunicación.

La comunicación como fondo

Equiparar Extensión con persuasión, por ejemplo, como técnica para inducir a los agricultores a que aumenten las producciones, es equívoco; igualarla a enseñanza o divulgación, es insuficiente; y asimilar Extensión a propaganda, publicidad o vulgarización, es erróneo; porque con ser en varios de sus matices algo de todo ello, posee más contenido. Tiene como fondo un compromiso de comunicación y como objetivo un decidido empeño en la promoción de acciones de mejora del individuo y su entorno.

La comunicación humana no debería ser otra cosa que el establecimiento de una relación entre personas que buscan la verdad para compartirla. En términos pragmáticos, se dice que cuanto con mayor frecuencia y por más variedad de métodos y medios llegan a las personas las ideas, más posibilidades hay de que las pongan en práctica; más probabilidades hay para



que las adopten. Extensión cuenta con distintos métodos adecuados a cada caso. Unos propios para aplicar individualmente; otros en trabajos con grupos, bien sean éstos homogéneos o simples agrupaciones de personas con características heterogéneas, tanto si se trata de público presente o ausente. Por otra parte, son métodos que utilizan como medio la palabra hablada, en unos casos; la palabra escrita, en otros; en ocasiones, símbolos abstractos; y, con mucha frecuencia, combinaciones de los citados medios expresivos. Se trata de recursos metodológicos que los Agentes de Extensión Agraria han demostrado conocer bien y adaptar con acierto y oportunidad, según se trate de ganar la atención, despertar el interés, demostrar, apoyar en la acción o proporcionar satisfacción.

Y es que nunca como de ahora en adelante, en que se necesitará más calidad en el trabajo de Extensión, será tan necesario emplear cada método escogiéndolo acorde con la fase del proceso de aprendizaje en que se aplique; nunca, como en los próximos años, será tan importante seleccionar los métodos acoplándolos, por otra parte, a cada una de las cinco etapas que han de superar las personas y los grupos para adoptar las prácticas más convenientes: conocimiento, proposición, enjuiciamiento, ensayo y adopción.

Métodos individuales

Definirlos es innecesario. Sí merecen un breve comentario. Como se trata de la comunicación de persona a persona, son los que permiten la fácil compenetración con un individuo (agricultor o ama de casa). Es peculiar de estos métodos el que suelen abordar un único asunto o propósito. Hacen posible una acción óptima en profundidad para efectuar proposiciones muy concretas, totalmente adaptadas a las circunstancias de cada caso, situación y contenido. Durante años, sobre todo mediante la palabra hablada, fueron los métodos que permitieron ganar la confianza del agricultor, por el alto grado de interacción personal que ofrecen. Por eso, favorecen la convicción y, además, facilitan la adquisición de argumentos y experiencia para utilizar posteriormente en los métodos de grupo y de masas.

La visita del Agente a la finca y al hogar, o la visita del agricultor a la oficina dan pie para conversación, diálogo, adiestramiento por el

trabajo, demostración o cálculo de alternativas.

Son ideales para emplearlos en las fases de proposición, prueba y adopción. También convenientes para obtener experiencia local y lograr el entrenamiento y ayuda de colaboradores voluntarios.

Como las personas tendemos a frecuentar las acciones con las que obtenemos éxito, este método fue haciéndose repetitivo con las mismas personas, reduciendo así sus posibilidades. Por ello, al exigir la dedicación de mucho tiempo, en la actualidad, casi se ha restringido a la demanda en las Agencias. Sin embargo, se emplea con eficacia en la preparación de actividades con grupos obteniéndose un provechoso efecto multiplicador.

Además, las cartas personales, junto con las hojas divulgadoras y otras publicaciones han manifestado su bondad para sustituir, en muchos casos, la dedicación personal de los Agentes para comunicarse individualmente.

Métodos de grupo

Las tradicionales reuniones y demostraciones de auditorios estáticos han quedado relegadas a su empleo ocasional en la enseñanza reglada. Para los extensionistas han quedado anticuadas. Y la evolución se ha producido en un doble sentido. Por un lado, se han diversificado los métodos: simposio, debate, seminario, entrevista a grupos, reunión de decisión o ciclo de especialización. Por otro, se ha profundizado el cauce para que la comunicación fluya en doble sentido de una manera más consciente y productiva.

En estos métodos la acción del Agente está dejando de ser un recurso exterior al dinamismo de los grupos. La esencia del nuevo enfoque consiste en integrarse en los grupos para hacer más participativa la acción de los agricultores. Porque si las ideas vinculan al hombre en determinados grupos, son éstos, a su vez, los que con más fuerza le vinculan para ponerlas en práctica. El grupo es el punto de partida para ulteriores decisiones en común con objetivos más ambiciosos.

Los métodos de grupo están demostrando ser excelentes para proceder al inventario y análisis de los problemas. Sirven con eficacia para definir normas de acción y establecer objetivos. Son lo mejor para llevar adelante programas de asesoramiento de larga duración como cooperativas, planteles o gestión.

Los métodos de grupo están principalmente indicados en las fases de proposición, prueba



y adopción de cambios, y con específica conveniencia en los cambios de comportamiento constreñidos por la costumbre o las normas sociales.

La tendencia en la puesta en práctica de estos métodos de Extensión consiste actualmente en lograr una coherente y fuerte vinculación entre los miembros de los grupos para que adquieran autonomía. Por otra parte, hay que poner de relieve que, bien aplicados, son un magnífico recurso que sirve para elevar la calidad humana de las personas y deben ser empleados para mejorar los propios objetivos económicos y sociales de la población.

Métodos de masas

Ya se sabe que cuando los miembros de los grupos, más o menos numerosos, carecen de parecidas aspiraciones y disposición respecto al contenido de los mensajes de la comunicación, el trabajo resulta menos incisivo. Se ha afirmado la convicción de considerar métodos de masas aquellos en los que no es fácil ni rentable lograr un alto grado de participación.

Hay que dividirlos en dos para efectuar una reflexión, aunque sea somera.

Con auditorio presente

Las personas, de composición indeterminada reunidas regular u ocasionalmente en un sitio permiten que se ejerza sobre ellas una acción comunicativa. Los resultados de estos métodos tienen más efecto en extensión que en profundidad. Aún cuando dan oportunidad para poner en práctica la racionalización y ordenación de las ideas para facilitar la información, tan sólo se logra con facilidad la disposición para que la gente vea lo que se le muestra y escuche lo que se le dice. Por eso se emplean para explicaciones de tipo general y sólo son utilizables mediante razonamientos simples y sencillos. No obstante, los Agentes de Extensión han desarrollado con éxito estos métodos para detectar personas interesadas y establecer actividades con grupos reducidos. Además, siguen siendo rentables para realizar las fases de poner en conocimiento, interesar, ganar la atención o informar. Y siguen sirviendo para motivar a las personas, estimulándolas con ejemplos positivos imitables. Para tal efecto sirven ciclos de conferencias, asambleas, ferias o días de demostración abierta.

Ahora bien, con estos métodos es imprescindible utilizar medios audiovisuales. Bien es verdad que atraviesan una crisis que pudiera considerarse de crecimiento. Efectivamente, en breve tiempo, la primera generación de audiovisuales (pizarra, cartel, franelógrafo), fue reemplazada por una segunda (magnetófono, diapositivas, cine) y estamos en trance de pasar a una tercera (máquinas de enseñar, CCTV, vídeo). La crisis se ha manifestado porque mientras el progreso tecnológico en este campo ha sido ininterrumpido, se ha producido un perceptible estancamiento en su utilización. Y algo similar puede comprobarse respecto al empleo de publicaciones para complementar este tipo de actividades. He aquí una faceta que bien merece un esfuerzo de recuperación.

Con auditorio ausente

Son métodos para público tan disperso como heterogéneo y a los que sólo se puede llegar a través de la radio, la prensa, el cine o la televisión. Tienen efectos populares de gran amplitud con la lógica dificultad de identificar los intereses de la mayoría. El tiempo demostró su utilidad para aplicar en las primeras fases del proceso de aprendizaje o el de adop-



ción. Siguen siendo útiles para dar información; para llamar la atención con ejemplos positivos que sirvan de base para motivaciones; para hacer conscientes a los individuos de determinadas situaciones, preparándoles para participar en métodos individuales o de grupo; para proporcionar satisfacción y reconocimiento público por la realización de acciones ejemplares; para alcanzar, finalmente, a personas, entidades u organismos a las que difícilmente se puede llegar con otros métodos.

No es oportuno mencionar de nuevo la validez de los métodos de masas y la conveniencia de seguir contando con ellos en Extensión. Sí viene al caso aludir a la tendencia que se aprecia, de una creciente audiencia rural tanto en la radio como en la televisión. Más del 90 por 100 de los hogares tienen televisión. Cuando próximamente las cadenas emisoras estén regionalizadas, a Extensión le va a corresponder la responsabilidad de ejercer una presencia eficaz que responda a la necesidad de comunicación especializada para los agricultores por este medio.

Por su parte, en radio parece que se va afirmando la necesidad de nuevas actuaciones adaptándose a los gustos de audiencias con intereses comunes. Si cuando Extensión comenzó su trayectoria empleó mucho la radio, pese a carecer de recursos humanos, a partir de ahora tiene más interés porque existen más disponibilidades: emisoras con ámbito que se adapta bien a las áreas naturales; magnetófonos y red telefónica que tecnológicamente

permiten lograr un alto grado de espectacularización en las noticias y comentarios; y un importante contingente de personal especializado en todas las facetas agronómicas.

La prensa, ha sido generalmente bien utilizada mediante esas «páginas agrícolas» que han adquirido prestigio. Convendrá intensificar esta acción conquistando nuevos diarios, estableciendo mayor frecuencia y, sobre todo, generando más noticias.

A modo de resumen

1. Conviene crear buenas situaciones mejoradoras de partida, para explotarlas en tipos de comunicación posteriores más útiles en profundidad.
2. Hemos de esforzarnos en dar a todas las formas de comunicación los cambios necesarios para mitigar los defectos propios de la masa como auditorio.
3. Intensificar la incorporación de los medios audiovisuales a los métodos de grupo, para fomentar la asiduidad.
4. Utilizar más las publicaciones para suplir los contactos de persona a persona y complementar los demás métodos de Extensión.
5. Diversificar todo lo posible los métodos de grupo mediante una mayor selectividad de temas.
6. Tender a dinamizar los grupos para que superen los defectos que reducen la participación, para que logren sus objetivos y para que adquieran capacidad de supervivencia.

José Mas Candela