

LA VISITA O CONTACTO CON LOS AGRICULTORES

Por D. Emilio Tejada

Norteamericano especialista, colaborador del S. E. A. a través de la I. C. A.

El personal de Extensión se encuentra constantemente con el problema práctico de elegir el método o combinación de métodos más eficaz para lograr el objetivo deseado, según las circunstancias. Como el objetivo primordial de la Extensión Agrícola es la enseñanza, haremos un análisis crítico del método de los contactos con agricultores aislados, ya sea en su finca o en cualquier otro lugar. Ya hemos dicho que para que una reunión tenga éxito deben existir dos condiciones: que haya un problema que resolver y que Extensión pueda aportar toda o parte de la solución. Este principio nos guía en todas las actividades de Extensión. Cuando decimos que el propósito es la enseñanza, recordemos que al tiempo que se enseña, se aprende; por lo tanto, muchas de las visitas no serán para dar información, sino más bien para orientación del Agente. Para poder planear un programa de trabajo efectivo, el Agente debe poseer un perfecto conocimiento de las condiciones que rigen en las prácticas agrícolas y en los hogares del agricultor y su familia. Este conocimiento contribuirá a la efectividad de la enseñanza que se proporciona por medio de reuniones, por la Prensa, la Radio y los restantes medios utilizados, y es indispensable para evitar que nuestro programa resulte artificial o poco práctico, pues sólo con esta convivencia se pueden conocer claramente los problemas, los deseos, los anhelos o las ambiciones por mejorar sus condiciones de vida que cada uno tiene.

Si bien el propósito de Extensión Agrícola es la enseñanza, la meta es el cambio de actitudes y prácticas que le resulten provechosas o satisfactorias al agricultor, ya sea material o espiritualmente. Echemos una ojeada a este método bajo el punto de vista de la efectividad y el costo en tiempo y dinero. En un estudio efectuado en los Estados Unidos de Norteamérica en el cual se entrevistaron 15.454 agricultores, se determinó que de 44.788 cambios en prácticas agrícolas efectuados, sólo el 10,8 por 100 fueron a base de información recibida por medio de visitas a la finca y un 6,5 por 100 por medio de visitas a la oficina. Este porcentaje oscila entre el 4,5 por 100 al 23 por 100, según el tema o materia de que se trata; por ejemplo, cambios en las prácticas sobre el cuidado de árboles frutales alcanzó un 20 por 100, mientras que cambios en el cultivo de trigo sólo llegó al 6,8 por 100. Viendo estos rendimien-

tos bajos y costosos, ¿cómo justificamos este método?

Primeramente, sabemos que pocos medios, si es que haya algunos, dejan al «cliente» con la satisfacción que le produce una visita personal. Ningún otro método produce el acercamiento íntimo que se procura conseguir, y, por lo tanto, desde el punto de vista de mantener buenas relaciones públicas, es indispensable. Hemos dicho que muchas de las visitas se hacen principalmente para obtener información. El Agente debe enterarse sobre las condiciones en que el agricultor vive y éstos no acostumbran a discutir sus problemas particulares en reuniones o grupos. La visita particular también permite al Agente el seleccionar colaboradores para demostraciones; como éstas siempre deben realizarse en fincas que demuestran progreso, el Agente procura orientarse sobre cuáles son los agricultores progresivos. Igualmente, la visita permite que las recomendaciones hechas en una reunión, que por necesidad son generales, puedan aplicarse a casos particulares. Tiene importancia también el hecho de que permite al Agente conocer a la familia entera y convencerla de la utilidad de sus recomendaciones. Finalmente, la visita particular es el cometido de Extensión con el fin de conseguir el acercamiento estrecho que debe existir, es decir, el Agente se acerca a la gente, no espera a que los agricultores lleguen a consultarle en su oficina.

Como en todos los procedimientos o métodos, existen ciertas normas que, al aplicarse debidamente, producen mayores rendimientos. Debe tenerse en cuenta que las visitas se hacen con el fin de aumentar la efectividad de los métodos de educación en masa y, por lo tanto, son complementarias a estos métodos. A continuación se explican los elementos esenciales que debe reunir una visita efectiva:

Fijar el propósito de la visita.—Las visitas de cortesía deben ser rápidas. En cambio, la visita planeada lleva un propósito fijo, es decir, forma parte de un plan de trabajo que nos obliga a consultar con los agricultores sobre alguna fase del plan. Así que es selectiva, señala a quién se debe visitar para proporcionar o conseguir la información correspondiente.

Planear la visita.—Deben revisarse los contactos anteriores con el agricultor a quien vamos a visitar. Revisar algún dato o conoci-

miento técnico que se va a utilizar. Planear otras visitas en la misma comarca para economizar tiempo. Pensar sobre la manera de acercarse a los agricultores que se van a entrevistar. No todos reaccionan del mismo modo. Ver el libro de visitas o el fichero y enterarse de visitas anteriores.

Al hacer la visita.—Ser amistoso, simpático y cumplido. Dejar una impresión clara del objeto de la visita y procurar presentar el problema o información en tal forma que despierte interés y desarrolle confianza entre el agricultor y el Agente. Que resulte la visita provechosa, pero sin alargarla demasiado. El agricultor tiene sus quehaceres y el Agente siempre debe dar la impresión de que no puede perder el tiempo. Dejar algún impreso de interés para el agricultor.

Anotar la visita.—En el fichero o en el libro de visitas se anotan los puntos clave de la visita. Si se ha hecho alguna promesa para el futuro debe asegurarse su cumplimiento.

No perder el contacto.—Enviar folletos que le puedan ser útiles, una vez conocidos sus intereses particulares. Anotar su nombre en la lista de agricultores que recibirán circulares y otros impresos. Citarlo a reuniones futuras. Repetir la visita si aún se muestra reacio.

Como todos los medios utilizados en la educación, la visita tiene sus ventajas e inconvenientes, que a continuación se enumeran:

VENTAJAS:

1. Facilitar al Agente información directa sobre los problemas particulares del agricultor.
2. Desarrolla la confianza entre el agricultor y el Agente.
3. Es indispensable para mantener buenas relaciones con el público.
4. Permite seleccionar líderes y colaboradores para demostraciones.
5. Estimula el interés y hace más efectivos los otros medios de divulgación.
6. Proporciona material para dar noticias en Prensa y Radio.
7. El porcentaje de cambios en prácticas

o actitudes es relativamente alto en comparación con otros medios.

LIMITACIONES:

1. Costosas en tiempo y dinero.
2. Limita el número de contactos.
3. No siempre es posible realizar una visita efectiva.
4. Da lugar a críticas de favoritismo si no se puede visitar a todos.
5. Existe la tendencia de visitar a los mismos agricultores con demasiada frecuencia.
6. Influencia limitada en comparación con otros medios.
7. Puede producir el olvido de la utilidad de otros medios y volcarse sobre esta práctica, con exclusión de reuniones, etc.

En resumen, para mejorar la calidad o provecho de las visitas o contactos:

1. Que exista un propósito definido.
2. Procurar que las visitas se realicen con agricultores y sus familias de todos los sectores económicos y culturales.
3. No prolongar las visitas inútilmente.
4. Que la visita complemente a los otros medios de divulgación y la labor de otros organismos agrícolas.
5. Utilice las visitas para llegar a los agricultores que no responden a los otros medios.
6. Debe planearse un itinerario semanal de visitas para evitar pérdidas de tiempo y gastos de traslado.
7. No dejar dudas sobre el motivo de la visita.
8. Como la visita es un servicio que se le rinde al agricultor, debe procurarse que ésta sea del mayor provecho educativo.
9. Al despedirse del agricultor, hacer un análisis crítico de la visita y pregúntese: ¿Qué se ha logrado en esta visita? ¿Cómo adelantó el plan de trabajo comarcal?
10. Procúrese guiar la conversación a factores positivos, es decir, hacia la agricultura y el programa de Extensión; evitar la introducción de cuestiones ajenas a ellas. No violar confidencias, para tener siempre la confianza de los agricultores.

